

ANKA BEHNCKE

*»Überwältigte die Faszination Fußball
zur Weltmeisterschaft 2006
den politischen Alltag
in Deutschlands Printmedien?«*
eingereicht als Bachelorarbeit

**Hochschule Mittweida
– University of Applied Science**

Fachbereich: Medien
Rostock, 2009

Name Erstprüfer: Prof. Ludwig Hilmer
Name Zweitprüfer: Christian Lüscher

Hochschule Mittweida (FH)
University of Applied Sciences



ANKA BEHNCKE
2009

SELBSTSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Anka Behncke
Rostock, 19.08.2009

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	Seite 6
Vorwort	Seite 7
Fragestellung	Seite 10

Kapitel 1: Fußball auf dem Weg zum Medienereignis

1.1. Fußball wird Medieninhalt	Seite 12
1.2. mediale Darstellungsformen des Fußballs	Seite 16
1.2.1. Fußball in der Presse	Seite 17
1.2.2. Fußball im Radio	Seite 18
1.2.3. Fußball im TV	Seite 19
1.3. mediale Aufbereitung während des 2. Weltkrieges	Seite 20
1.4. mediale Weiterentwicklung des Fußballs	Seite 23
1.4.1. 1950–1963	Seite 23
1.4.2. 1964–1978	Seite 25
1.4.3. 1979–1990	Seite 26
1.4.4. 1991–2006	Seite 27
1.4.5. Exkurs: Berichterstattung Frauenfußball	Seite 29

Kapitel 2: Fußball und Medien

2.1. aktuelle Bestandsaufnahme	Seite 31
2.2. Wechselwirkungen beider Systeme	Seite 34
2.3. Die Macht der Bilder.	
Wie die Medien ihr Werkzeug einsetzen?	Seite 37
2.4. Idolisierung. Wie die Medien Fußballstars machen?	Seite 39

Kapitel 3: Untersuchung – Zeitungsanalyse

3.1. Einführung Teil I: politische Situation 2006	Seite 43
3.2. Einführung Teil II: sportliche Situation 2006 (nur Fußball)	Seite 44
3.3. Fragestellungen	Seite 45
3.4. Methodik	Seite 45
3.5. Auswertung	Seite 47
3.6. Limitation	Seite 54

Kapitel 4: Das Trio – Fußball, Politik und Medien

4.1. In welchen Verbindungen steht das Trio?	Seite 56
4.1.1. Begriffe »Politik« und »Sport«	Seite 56
4.1.2. Bestimmungen des Gesetzgebers	Seite 56
4.1.3. Das Verhältnis von Sport und Politik	Seite 60
4.1.4. Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Politik und Sport	Seite 64
4.1.5. Das Dreieck: Politik, Fußball und die Medien	Seite 65
4.2. positive Interdependenzen zur WM 2006	Seite 67
4.2.1. Vorteile Fußball zur WM 2006	Seite 67
4.2.2. Vorteile Medien zur WM 2006	Seite 68
4.2.3. Vorteile Politik zur WM 2006	Seite 69
4.3. Wie wurden diese Vorteile medial dargestellt?	Seite 70
4.4. Zusammenführung der Untersuchungsergebnisse bezogen auf Fußball, Politik und Medien	Seite 71

Diskussion der Ergebnisse	Seite 73
----------------------------------	----------

Anhang

Literaturverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1	Seite 26
»Bundesligaberichterstattung in den Sonntagszeitungen«	
Quelle: Schütte 2006, 49	
 Tabelle 2	 Seite 47
»Die Bundesländer und die für den Sport zuständigen Ministerien«	
Quelle: Weber/Schnieder/Kortlüke 1995, 233	

VORWORT

» Flanke Kopfballtor
so stellen wir uns unsere Mannschaft vor
Favoriten das sind wir,
in Schwarz Rot Gold
wir stehen zu dir,
aus den Rängen schallt es im Chor:
Deutschland vooooooooor

schwarz und weiß,
wir stehen auf eurer Seite
und wir holen den Sieg mit euch
und wir holen den Sieg mit euch
jetzt geht's los!

als Turniermannschaft bekannt
holten wir den Pokal schon oft ins Land
und wir Fans als 12. Mann
zeigen was man vereint erreichen kann!
Wir stehen auf und singen unser Lied,
das unsere Mannschaft wieder siegt.

schwarz und weiß,
wir stehen auf eurer Seite
und wir holen den Sieg mit euch
und wir holen den Sieg mit euch
jetzt geht's los!
(3-mal wiederholt) «

Oliver Pocher

Deutschland präsentierte sich nicht nur als Gastgeber der Weltmeisterschaft, sondern zeigte sich der gesamten Welt als geeinigte Fußballnation. Die Faszination kannte keine Grenzen mehr. Ob im heimischen Garten, in der Fußballkneipe um die Ecke oder beim Public Viewing - Deutschland war in diesem Sommer dem Fußballfieber verfallen. Euphorie und Fanatismus gab es überall zu sehen. Der Bäcker um die Ecke verkaufte ein Weltmeisterbrot mit schwarz-rot-goldener Banderole, mit Sammelpunkten auf verschiedenen Schokoladen konnte der Käufer auf Fanartikel hoffen und überall gab es Fahnen in jeder Größe zu erstehen. Nicht zuletzt die Medien fanden bei diesem Volksfest ihre Schlagzeilen, so titelte die Bild-Zeitung mit »Schwarz-Rot-Geil« über das »Sommermärchen«.

Doch hatte Fußball tatsächlich die Kraft, Politik und Wirtschaft zu Nebenschauplätzen werden zu lassen? Gerieten Diskussionen der Parteien um Steuern, Haushaltsgelder oder neue Gesetze in den Hintergrund, als Deutschland die Welt und ihre Sportart Fußball beheimatete?

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Deutschen liebsten Sportart, dem Fußball. Dabei wird dieser auf verschiedene Art und Weise beleuchtet und hinterfragt. Ist der Sport noch der Gleiche wie vor 100 Jahren? Was kann er bewirken? Wie beeinflusst er den Zuschauer?

Im ersten Teil wird die mediale Geschichte des Fußballs thematisiert. Es erfolgt ein Rückblick in die Entstehungszeit der Sportart. Zudem werden die ersten Berührungen von Fußball und Medien erörtert. Dieser Abschnitt beschreibt die Entwicklung des Fußballs in den letzten 100 Jahren, informiert sowohl über die Entfaltung in den ersten Jahren, als auch wie die Massenmedien sich dem Thema widmen. Auch die Schwierigkeiten, denen sich der Fußball während des 2. Weltkriegs entgegen stellen musste, werden vermittelt. Abschließend wird ein Überblick gegeben, in dem das Zusammenfinden von Fußball und Medien während der letzten 60 Jahre aufgegriffen wird.

Das erste Kapitel gibt nur einen groben Überblick über die Verbindung zwischen Fußball und Medien. Deshalb folgt im anschließenden Abschnitt Zwei eine detaillierte Darstellung des Verhältnisses beider Bereiche. Zunächst geht es um aktuelle Fragestellungen, wie zum Beispiel das Erschaffen einer »Mediensportwirklichkeit«. Aufgezeigt werden die neuerlich geschaffenen Einflüsse, die die Medien im Fußball haben und in welcher Form Print, Hörfunk, TV und Internet das Thema Fußball aufgreifen. Hinzukommend wird hinterfragt, welchen Gewichtung Bilder bei der Darstellung der Sportart nehmen und wie und zu welchem Zweck die Medien Idole erschaffen.

An den Theorieteil schließt sich dann eine Untersuchung an, die sich mit dem Thematik beschäftigt, welche Durchsetzungskraft Fußball in Zeiten von sportlichen Großereignissen gegenüber Politik besitzt. Für diese Analyse wurden drei Printzeugnisse (Süddeutsche Zeitung, Welt und Bild) ausgewählt, die eine Antwort auf die Haupt-Fragestellung (Titel der Bachelor-Arbeit) ermöglichen sollen.

Im letzten Kapitel werden dann weitere Verknüpfungspunkte zwischen Politik, Fußball und den Medien herausgestellt, die noch einmal umfassend aufgegriffen und erläutert werden. Dabei werden zunächst die Verbindungen aller drei Bereiche zusammengetragen und dargestellt. Welche Abhängigkeiten, Vor- und Nachteile daraus entstehen, wird in einem weiteren Abschnitt aufgezeigt, bevor abschließend alle Ergebnisse, sowohl untersuchte als auch theoretisch erarbeitete, zusammengeführt und analysiert werden.

Diese Arbeit dient der Darbietung des Verhältnisses zwischen der Sportart Fußball, den Massenmedien und der Politik. Dabei geht es ausschließlich um die Zusammenhänge, die sich in Deutschland ergeben. Diese Aufzeichnung bietet jedoch nur einen Beitrag im weiten Feld der Medien-Sport-Analyse. Bisher ist dieser Bereich nur wenig erforscht und bietet noch viele Möglichkeiten sich der Thematik zu nähern und sie dem Rezipienten erklärend aufzubereiten.

Anka Behncke · Rostock, 2009

FRAGESTELLUNG

»Überwältigte die Faszination Fußball zur Weltmeisterschaft 2006 den politischen Alltag in Deutschlands Printmedien?«

Die Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland ist noch in guter Erinnerung, denn ein nachfolgendes Ereignis wird es erst im nächsten Jahr in Südafrika geben. Lediglich die Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz im Sommer 2008 kann vergleichsweise heran gezogen werden. Doch war die EM nicht vergleichbar mit der Weltmeisterschaft im eigenen Land.

Im Zuge dieses Wettbewerbs ist in Deutschland eine Euphorie um das eigene Team ausgebrochen, die ihresgleichen sucht. Straßen waren gefüllt mit Menschen, die andere Belange, von denen sie umgeben waren, ablegten, nur um mit vielen anderen zusammen ein Fußballspiel sehen zu können. Dabei standen die Partien der deutschen Mannschaft natürlich im Vordergrund, doch auch mit anderen Teams wurde gejubelt und geweint. Die Welt war zu Gast bei Freunden.

Die beschriebenen Umstände stellen Deutschland als Fußballnation dar, die in den Tagen der WM vor allem auf Fußball fixiert war. Kein anderes Thema war so relevant. Diese Arbeit widmet sich deshalb der Frage, ob die Politik in den Tagen der WM weniger Aufmerksamkeit als sonst erhielt.

Christoph Fischer schrieb bereits 2004 über die Aussagekraft sportlicher Großereignisse: *»Zweifelloos veranlaßte das starke Leserinteresse am Sport die Tageszeitungen, in breitem Umfange auf das sportliche Geschehen einzugehen, bei Olympischen Spielen oder Fußball-Weltmeisterschaften sogar die politische Berichterstattung einzuschränken.«* (Fischer 2004, 58)

Zudem soll heraus gefunden werden, ob die Politik mit Hilfe der WM auch Vorteile für sich schaffen konnte.

Untersucht werden für diese Frage drei Tageszeitungen. Mit Hilfe der Analyse soll bewiesen werden, dass Fußball das Thema Nummer Eins war und alles andere in den Hintergrund stellte.

Doch ob sich die Medien der sportlichen Euphoriewelle auch ausnahmslos angenommen haben, soll hier analysiert werden.

KAPITEL 1

– Fußball auf dem Weg zum Medienereignis

Dieses Kapitel beinhaltet eine erste Einführung in das Thema Fußball und Medien. Dabei beschäftigt sich der erste Abschnitt mit der Fußballentstehungsgeschichte, zunächst in Europa und dann speziell in Deutschland. Da Ende des 19. Jahrhunderts nur das Medium Zeitung etabliert ist, aber noch keine Sparte für Sportnachrichten vorhanden ist, wird das Phänomen Fußball noch hauptsächlich von Mensch zu Mensch übertragen. Ob und wie weit die Presse sich dem Thema Fußball schon gewidmet hat, ist nicht nach zu vollziehen, da es diesbezüglich nur wenige Erkenntnisse und Quellen gibt. Im weiteren Verlauf des Kapitels werden dann erste mediale Darstellungsformen aufgezeigt, die sich dem Fußball widmeten. Auf die Medienarbeit im Bereich Fußball im Zweiten Weltkrieg wird in einem weiteren Unterkapitel besonders eingegangen. Wie beide Bereiche weitere Verknüpfungspunkte aufstellen konnten, wird im letzten Abschnitt beleuchtet. Die Verbindung beider Systeme wird in unterschiedlichen zeitlichen Etappen aufgezeigt, damit die Veränderungen in der Zusammenarbeit heraus gearbeitet werden können.

1.1. Fußball wird Medieninhalt

Der Fußball hat laut einigen wenigen schriftlichen Quellen eine lange Entstehungsgeschichte. Diese geht bis vor die Geburt Jesus Christus zurück und findet erste Erwähnung in China. Doch die Aufarbeitung dieser Erkenntnisse würde zu weit führen, sodass auf diese Ausführung verzichtet wird. Stattdessen widmet sich dieser Absatz der offiziellen Entstehungsgeschichte, die im frühen 19. Jahrhundert ihren Ursprung in England fand. Durch die Vorformen der Industrialisierung entwickelte man auf der europäischen Insel ein neues Körperbewusstsein, vor allem in der

Oberschicht. Nach Meinung der Engländer konnten psychische Erkrankungen durch körperliche Defizite entstehen. Gleichzeitig erstarkte auch die neue Darstellung des Mann-Seins. Diese gab vor, dass das aristokratische männliche Geschlecht als vernünftig, gesund und charakterfest gelten sollte. So unterschieden sich die Männer aus den einzelnen Schichten.

Weil dieses Auftreten bei den jungen Männern der Oberschicht aber zunehmend zu Problemen führte, entwickelte sich in England ein Spiel, dass soziale Kontrolle, Disziplin und die Charakterbildung stärkte. Denn mangelnder Respekt den Lehrern gegenüber führte mitunter zu gewalttätigen Auseinandersetzungen, die unbedingt unterbunden werden sollten. Aus England ist kein echter Pionier des Fußballsports bekannt. Der Fußball kam auf leisen Sohlen und wurde nach und nach zu einem bahnbrechenden Erfolg. Auch die kurze Zeit später eingeführten Regeln sind keiner Person zu zuordnen (Vgl. Koller 2006, 15 ff.).

Eindeutig ist nur, dass der Fußball ein Spiel der »Public School« war. Anfangs zeigten die älteren Jahrgänge ihren jungen Mitschülern noch die Grenzen auf, so spielte der Nachwuchs oft im Tor, diente als Pfosten oder als Spielfeldbegrenzung. Erst die Einführung von festen Regeln in den 30er Jahren des 19. Jahrhunderts brachte eine Zivilisierung des Spiels und größere Chancen für die jüngeren Teilnehmer. Das Regelwerk war zu dieser Zeit eher lokal als national geltend und noch nicht klar zu unterscheiden vom damals ebenfalls populären Rugby-Spiel. Die Bestimmungen dienten zu allererst der erhöhten Selbstkontrolle, brachten einen gefestigten Wettkampf und förderte die Ausprägung von technischen und spielerischen Fähigkeiten (Vgl. Dunning 1998, 42 ff.).

Um aber eine endgültige Grundlage zu haben, entwickelten die Gründer der Football Association (im Folgenden FA genannt) ein festes Regelwerk. Die FA entstand am 26.10.1863 aus elf Londoner Vereinen. Sie sind somit die Begründer des heute noch bestehenden englischen Fußballverbands.

Die Industrialisierung brachte den Fußball dann auch dem englischen Arbeiter-Volk näher. Dieses hatte inzwischen eine Trennung zwischen Arbeit und Freizeit bewirkt. Um die arbeitsfreie Zeit sinnvoll zu nutzen entstanden Freizeit-Vereine. Deren Ziel war es, den Arbeitern Platz für Ausgleich zu schaffen, gleichzeitig arbeiten sie aber auch daran, das Profil ihrer Mitglieder zu stärken. Sie warben für die Sportart, denn sie führte zu physischer Kraft, Ausdauer und wirkte sich positiv auf die Einsatzbereitschaft aus (Vgl. Koller 2006, 19 ff.). Die Sportart der Oberschicht wurde freudig in der Unterschicht aufgenommen. Die Annahme der Freizeitmöglichkeit war sogar so enorm, dass einige Mitglieder, sich weniger für ihre eigentliche Arbeit interessierten und stattdessen lieber dem Fußball nach gingen. Im Jahr 1885 gab die FA die Erlaubnis für professionelle Vereine. Der Berufsfußball war an eine Gehaltsgrenze gekoppelt und auch die Transfer-Politik war fest geregelt. Mit dem Aufkommen des Profitums verschwanden die Uni-Mannschaften nach und nach aus den Mitgliederlisten der FA. Es entstanden unterschiedliche Wettbewerbe für Profis und Amateure. In der Mitte des 19. Jahrhunderts erreichte der Fußball dann auch das europäische Festland. Als Missionare auf dem Festland galten die Schweizer. Aber auch die Dänen und Belgier erkannten früh die Kraft des Fußballs. In Deutschland kam der Prozess schleppend in Gang, erste Berührungen gab es in Handels- und Residenzstädten, die immer wieder über längere Zeit von Gästen und Gastarbeitern besucht wurden. Doch Deutschland kämpfte Ende des 19. Jahrhunderts mit verschiedenen schweren Umständen. In sehr viele Teile zersplittert und durch den Adel beherrscht, hatte das damalige Deutschland keinen gemeinsamen Weg. Erst mit der Besetzung durch Napoleon kam ein Nationalgefühl auf. Es verbreitete sich, ähnlich wie im Nachbarland Frankreich, vor allem im Bürgertum. Doch der Fußball stieß in Deutschland zunächst auf einen großen Widerstand. Eine andere Sportart, das Turnen, setzte sich durch und zählte in allen Schichten seine Anhänger. Mit der einbrechenden Industrialisierung erlebte Deutschland einen Umschwung. Die zunehmende Verstädterung führte dazu, dass mehr und mehr Bürger Bildung genie-

Ben wollten. Besonders der Nachwuchs sollte diese Chance erhalten. Damit das neue Bildungssystem funktionsfähig wurde, war in den Schulen und anderen Bildungseinrichtungen vor allem eines wichtig: Disziplin (Vgl. Bouvier 2006, 5). Diese sollte durch gemeinsames Erleben und gemeinsames Sporttreiben entstehen. Und hier schlägt die Geburtsstunde des deutschen Fußballs. Über Frankreich und die Schweiz kam die anfangs abgelehnte »Fußlümmelei« (Schröder 2000, 70) nach Deutschland, verbreitete sich zunächst besonders im Süden des Landes und rund um Braunschweig (Vgl. Schröder 2000, 70). Es ist nicht eindeutig nachweisbar, wo sich der Fußball in Deutschland zuerst nieder ließ, es gab wohl zeitgleiche Strömungen.

Fußball bewegt in den 70er Jahren des 19. Jahrhunderts hauptsächlich die Schüler höherer Bildungseinrichtungen. Denn Fußball brachte den Schülern soziale Kontrolle und Selbstdisziplin näher, zudem sollte der Sport auch die Charakterbildung seiner Athleten unterstützen (Vgl. Koller, 2006 S. 17). Durch die vorangegangene Entwicklung in England wurden dem europäischen Kontinent auch erste Regeln mit gegeben. So verzichteten die Deutschen auf das Nutzen der Hände und begrenzten ihr Spiel für eine bestimmte Anzahl an Teilnehmern.

In Braunschweig entstand im Jahr 1875 der erste Schüler-Fußballverein »Fußballverein der mittleren Classen des Martino-Catharineums zu Braunschweig« (Hopf 1998, 69). Mit der Gründung des Vereins ist der Siegeszug des Fußballs nicht mehr aufzuhalten. Am 28. Januar 1900 wurde der »Deutsche Fußball Bund« in Leipzig, eine Fusion aus 86 Fußballvereinen, aus der Taufe gehoben. Zunächst beschloss man die Vereine dem Dachverband zu unterstellen und ein einheitliches Regelwerk zu gebrauchen. Als Vorsitzenden bestimmte man den erfahrenden Berliner Arzt Professor Doktor Ferdinand Hueppe (1852-1938) (Schnitzler 2006, 81). In den folgenden Jahren entstanden in ganz Deutschland namenhafte Vereine, so zum Beispiel der Karlsruher FV, die Hertha aus Berlin und der VfB Leipzig. Am 5. April 1908 bestreitet die deutsche Nationalmannschaft das erste offizielle Länderspiel gegen die Schweiz. Das Spiel in Basel ging mit 3:5 verloren (Joel/Schütt 2006, 19).

Anfang des 20. Jahrhunderts etablierte sich die Sportart Fußball auch in den Mittel- und Unterklassen Deutschlands. Der DFB zählt 1910 schon 1053 Verein und 82236 Mitglieder (Vgl. Schröder 2000, 72). Durch die ständig wachsende Zahl der Sportler entstand ein neuartiges Problem. Zwar war der Fußball inzwischen zu einer Sportart für jedermann geworden, doch gab es auch Teilnehmer, die sich nun zu Profimannschaften zusammenschließen wollten. Diese Idee war für den DFB zunächst aber undenkbar. Fußball als Beruf, ein Sportart mit der »Mann« Geld verdienen konnte, kam für den Dachverband nicht in Frage.

Nur wenige Tage vor der Machtergreifung durch Adolf Hitler und die NSDAP hatte man sich auf Gespräche verständigt, die eine endgültige Lösung herbeiführen sollten. Soweit kam es jedoch nicht. Denn auch der DFB konnte sich gegen die Gleichschaltung durch das NS-Regime nicht wehren (Vgl. Havemann 2006, 66 ff.). Deutschland absolvierte von 1908 bis 1932 insgesamt 37 Länderspiele (Vgl. Joel/Schütt 2006, 19 ff.).

1.2. mediale Darstellungsformen des Fußballs

Dieser Abschnitt dokumentiert erste Presse- und Rundfunkerzeugnisse, die sich dem Fußball gewidmet haben. Dabei wird speziell auf die Printmedien eingegangen, weil diese auch im Verlauf der Arbeit eine tragende Rolle spielen. Um aber einen Gesamtüberblick zu ermöglichen, werden auch die Medien Radio und TV kurz thematisiert. Die Beleuchtung dieser ersten Phase der medialen Darstellungsmöglichkeiten endet mit dem Einsetzen des Zweiten Weltkriegs. Weil das NS-Regime in einer besonderen Form Einfluss auf die Gestaltung beider Systeme nahm, ist es unumgänglich diesen historischen Abschnitt getrennt zu betrachten.

1.2.1. Fußball in der Presse

Wie der moderne Fußball selbst, ist auch die Sportpublizistik eine englische Erfindung. Bereits 1817 gibt es erste Sportberichte in der »Morning Herald«. Vier Jahre später etabliert sich sogar eine tägliche Sportzeitung, die »Sporting Life« hieß. Seit 1829 berichtet auch die London Times regelmäßig über sportliche Ereignisse, besonders über Fußball.

Die Entwicklung in Deutschland beginnt fast 50 Jahre später. Wie in der Sportebene können die Turner auch im Bereich der Printerzeugnisse frühere Erfolge vorweisen. Sie produzierten schon um 1850 erste »Mitteilungsblätter« für ihre Mitglieder. Dann dauerte es wiederum circa 30 Jahre bis der »Berliner Börsen Courier«, als erste Zeitung, den Schritt wagte, einen festen Sportredakteur zu integrieren. Daraufhin zogen andere Blätter nach und der Sportanteil war Montag am größten, denn die vielen Ergebnisse vom Wochenende füllten die Seiten. (Vgl. Müller 2004, 70ff.)

Mit der Entstehung des Sportjournalismus entwickelte sich auch eine eigene Sportsprache, die in den ersten Jahren auf äußerst komplizierte Weise, Ergebnisse und Spiele kommentierte.

So wurde 1890 in der »Leipziger Illustrierten Zeitung« zur Begegnung zwischen Berlin und Dresden Folgendes geschrieben:

»Wenngleich das Fußballspiel seinem Ursprung nach nicht aus England stammt, sondern Deutschland in gleicher Weise Anspruch darauf erheben kann, dieses Spiel als eigenes anzusehen, so gebührt doch den zweckbewußten Engländern sicherlich der Ruhm, dem Spiel durch richtige, mannigfaltige Regeln einen interessanten Rahmen, dem Geist des Spiels eine Form verliehen zu haben.« (Linden 2004, 78)

Linden erklärt im Weiteren die Ausführungen der Zeitung:

»Die Obrigkeit beruhigen, den nationalen Charakter betonen, die Einhaltung strenger Regeln belegen und, vielleicht, ein bißchen auf das sportliche Geschehen eingehen [...] Die Sprache dient dazu, Sport zu rechtfertigen, vermeidet aber jegliche Emotionalisie-

*run*g«. (Linden 2004, 80)

Die Presse hatte noch ihre Schwierigkeiten mit dem neuen Ressort, übt sich aber in umfangreicher Berichterstattung. Eine inhaltliche und sprachliche Veränderung der Sportberichterstattung brachte der 2. Weltkrieg mit sich, welche unter 1.3. ausführlich betrachtet wird.

1.2.2. Fußball im Radio

Ähnlich wie die Printmedien erkennt auch der Hörfunk die Möglichkeiten, die sich durch das Thema Sport, im Speziellen Fußball, bieten. Laut Loosen überträgt das Radio 1924 das erste Sportereignis direkt. Um welche Sportart es sich handelt, führt er allerdings nicht aus. Er fügt nur noch hinzu, dass sich das Thema Sport für das neue Medium besonders eignet, aufgrund der Aktualität und der Mobilität.

(Loosen 2008, 17)

Fußball gewinnt an Bedeutung im Hörfunk und etabliert sich in den Folgejahren im Programm. Ergebnisse und Kurzberichte finden sich in den Nachrichten wieder, zusätzlich werden mitunter Spielberichte platziert.

Wie die Übertragung in den ersten Jahren des 20. Jahrhunderts aber genau aussah, ist nicht nach zu vollziehen. Es existieren keine ausgeprägten Studien, die sich mit dem Thema befassen oder auch nur vage Aussagen treffen. Es mag am Medium selbst liegen, dass seinerzeit zwar eine Hochzeit durchlief, doch eigene Untersuchungen zu Höranalysen nicht durchführte. Auch im Nachhinein gibt es kaum überlieferte Erkenntnisse. Somit fällt es schwer, detaillierte Informationen zu geben und ein Vergleich gegenüber den Printmedien zu ziehen. Aus diesem Grund wird das Medium Radio im weiteren Verlauf nicht näher thematisiert. Es finden sich keine Quellen, die Aussagen über Programminhalte treffen.

1.2.3. Fußball im TV

Die Fußballberichterstattung im Fernsehen startete im Vergleich zu den oben beleuchteten Medien erst sehr spät, da entsprechende Techniken zu einem späteren Zeitpunkt entdeckt wurden. Trotzdem gibt es viele Quellen, die sich dem Thema nähern und Analysen anstellen.

Laut Loosen geht die erste Sportübertragung auf das Jahr 1936 zurück. Die Olympischen Sommerspiele ebneten den Weg für den Sport im TV. (Loosen 2008, 17) Während dieser sportlichen Hochtage gibt es aber noch keine Aufzeichnungen von Fußballspielen.

Das erste Live-Spiel wurde erst im November 1936 übertragen. Deutschland spielte gegen Italien in Berlin. Allerdings wurde die Übertragung kein Erfolg. Das lag daran, dass das Spiel im Nebel versank und die technischen Mittel zu dieser Zeit keine Möglichkeit boten, trotzdem ein sendefähiges Bild zu erzeugen. Aber nicht nur das Wetter war schuld. Durch das noch schwere Material war es den Kameramännern nur bedingt möglich, dem Ball ständig zu folgen. Das heißt, der Zuschauer war nicht immer informiert über das Geschehen, weil der Ball nicht sichtbar war.

Nach diesem Misserfolg dominierten zunächst zusammenfassende Filmberichte den Fußballsport im Fernsehen. Erst 1939, wiederum Deutschland gegen Italien, startete man einen zweiten Versuch. Diese Übertragung war ausgereifter und wurde mit bereits verbessertem Material geleistet (Vgl. Leder 2004, 47 ff.).

Bis zum Ausbruch des Zweiten Weltkriegs fanden noch weitere Übertragungen statt, welche aber nicht weiter dokumentiert sind.

Es lässt sich somit schlussfolgern, dass der Fußball im Fernsehen einen holprigen Start hatte. Die Technik war nicht ausgereift und das Material zu schwer, sodass sich der Erfolg von Fußball-Liveübertragungen erst noch einstellen musste. Die Bestrebungen der Fernsehmacher mussten jedoch kriegsbedingt 1944 unterbrochen werden. Bis dahin etablierte sich Fußball aber soweit, dass nach Ende des Krieges die

Arbeit an einer Verbesserung der Übertragungsmöglichkeiten wieder aufgenommen wurde.

Weil der Fußball, trotz seiner Gleichschaltung, während des Zweiten Weltkrieges aber auch eine tragende Rolle gespielt hat, wird dieser Fakt nun noch mal speziell betrachtet. Dabei stehen, wie bereits angesprochen, die Medien Print und TV im Vordergrund.

1.3. Mediale Aufbereitung während des 2. Weltkrieges

Der DFB hat im Jahr 2005 eine Studie in Auftrag gegeben, die den Titel „Fußball unter dem Hakenkreuz“ trägt. Der Autor Nils Havemann arbeitet in seinem Buch die Geschichte des DFB während der NS-Zeit auf. Auszüge daraus finden sich auch in diesem Kapitel wieder. Weil es zudem auch Kritik an der offiziellen Version gibt, werden auch andere Publikationen zu Rate gezogen.

Nach dem 1. Weltkrieg hat sich der Fußball schnell erholt und stieg noch schneller zur Sportart Nummer Eins in Deutschland auf. Länderspiele erwarben eine größere Popularität als die Vereins-Meisterschaften. Man kann behaupten, dass so erste Schulterschlüsse zwischen Sport und Politik entstanden. Die Auftritte der deutschen Mannschaft waren ein nationales Ereignis geworden. Dies betrachtet Havemann aber nicht als mögliche Gefahr für die Entstehung Nationalismus:

»In einem solchen Umfeld hatte ein kriegerischer Nationalismus in den Führungsetagen des deutschen Fußballsports nur wenig Platz(...) Im Gegenteil: Die führenden Sportideologen der NSDAP beklagten sich noch bis in das Jahr 1936 hinein kontinuierlich über die ausgeprägte materialistische, internationalistische und pazifistische Grundhaltung der führenden Repräsentanten des deutschen Fußballsports.«

(Havemann 2006, 62 f.)

Allerdings verstehen nicht alle Historiker die damalige Situation, wie sie Havemann geschildert hat. So kritisiert Schnitzler die scheinbar blauäugige Haltung des DFB: *»Die widerstandslose Einfügung des DFB in diese politische Instrumentalisierung basierte demnach vornehmlich auf dem kommerziellen und wirtschaftsstrategischen Anpassungsopportunismus seiner Führungsspitze: Man wollte einfach nur weiter Fußballspielen, nur deshalb ließ man sich vereinnahmen, ohne über weitreichende, insbesondere politische Konsequenzen nachzudenken.«* (Schnitzler 2006, 79)

Die Lage Ende der 20er Jahre und zu Beginn der 30er Jahre war für den deutschen Fußball schwierig. Zwar ging das Spiel als klarer Gewinner aus dem Zweikampf gegen die Turner hervor, zählte enorme Anhänger und Mitglieder. Doch auch die Weltwirtschaftskrise 1929 ging am Fußball nicht spurlos vorüber. Den Menschen fehlte das Geld, um derartige Freizeitaktivitäten zu finanzieren. Mit der Machergreifung durch die Nazis erholte sich die wirtschaftliche Lage zunehmend, ein Aufschwung war zu verzeichnen. Davon profitierte auch der Fußball. Denn der Reichsbankpräsident vergab Mehreinnahmen an Länder und Gemeinden, diese reichten das Geld weiter an ihre Vereine – *»Außerdem profitierte der Fußballsport nach 1933 von der Gigantomanie des Nationalsozialismus, der zur Mobilisierung der Massen auf große Arenen setzte.«* (Havemann 2006, 65)

Ob der DFB sich nicht wehren konnte, oder sich gar nicht erst zu Wehr setzte, ist schwer zu sagen. Die Gleichschaltung des Verbands war nicht aufzuhalten. Havemann benennt neben dem wirtschaftlichen Aufschwung einen zweiten Grund – die anhaltende Diskussion um die Einführung des deutschen Profitums. Die Nazis waren strikt gegen diese Entwicklung und der DFB musste so keine anderen Entscheidung fällen (Vgl. Havemann 2006, 66).

Wie in allen anderen Bereichen veranlasste Adolf Hitler auch im Fußball antisemitische Gesetze. Die sogenannten »Arier-Paragraphen« verlangten das Streichen der Juden aus den Mitgliedern und schlossen jene nur wenig später komplett aus. 1936 wurde der DFB endgültig enteignet und bis 1940 aufgelöst. Der Fußball wurde nur

noch für politische Zwecke am Leben gehalten, er diente als Propaganda-Mittel für Aufmärsche, für die Aufrechterhaltung des friedvollen Scheins und als Kontakthersteller für gleich gesinnte Regierungen (Vgl. Havemann 2006, 71 ff.).

Das vorerst letzte Länderspiel, unter der Führung des NS-Regime, fand im November 1942 gegen die Slowakei statt. Zwei Jahre später wurde das Auftreten des Nationalteams eingestellt. Dafür gab es drei entscheidende Gründe. Zum einen wurden die Spieler als Soldaten gebraucht. Zum anderen hatte der Krieg weite Teile Deutschlands zerstört. Und nicht zuletzt fand sich auch kein Gegner, der in einem sportlichen Wettkampf gegen die Deutschen antreten wollte (Vgl. Havemann 2006, 76).

Im Zuge der Machtübernahme durch Hitler musste auch die deutsche Medienlandschaft Rückschläge hinnehmen. Die Gleichschaltung durch das NS-Regime veränderte auch die Inhalte des Sportjournalismus. Linden führt dazu aus: »Die Zeit der totalen Vereinnahmung des Sports durch die Politik ist angebrochen und erneut hat der Sportjournalist zu parieren. Notfalls dichtet er, in jedem Fall aber ordnet er jegliches sportliche Geschehen der nun herrschenden Ideologie unter.« (Linden 2004, 84)

Auch sprachlich passte man sich den nun herrschenden Gegebenheiten an und verwendete einen sehr militärischen Wortschatz: »Begriffe wie Kraft, Heil, Ruhm, Sieg, Vaterland [...] durchsetzten die Sprache...« (Linden 2004, 85)

Abseits des Kriegsgeschehens entwickelten sich die technischen Möglichkeiten. Bilder konnten Bewegungen besser und ästhetischer darstellen. Dieser Fortschritt kam jedoch nicht dem Sportler zu Gute, der sich als Einzelperson hätte abbilden lassen können. Viel mehr nutzen die Nazis die neuen Entwicklungen, um die nun präzise sichtbaren Individuen für die Ziele ihres Staates zu instrumentalisieren. Der Einzelspieler musste sich der Mannschaft unterordnen und trat fortan nur als Teil dieser auf. (Vgl. Bertling/Eggers 2004, 198)

Die Auswirkungen des Krieges waren auch noch in den Jahren nach 1945 zu spüren. Durch zerstörte Sportstätten, Materialmangel und Spielermangel kam der Fußball nur langsam wieder in Schwung. Und auch medial wirkte der Krieg noch bis in die

späten 50er-Jahre nach. Der Kriegs-Jargon konnte nur schwerlich abgelegt werden und führte immer wieder zu Verbindungen zwischen Fußball und Krieg, die doch klar vermieden werden sollten, »*Keine Obrigkeit, keine Politik, nicht einmal Helden, bloß Sport...*« (Linden 2004, 86)

1.4. Mediale Weiterentwicklung des Fußballs

Dieser Unterpunkt beinhaltet die Aufarbeitung des Zusammenwirkens zwischen Fußball und Medien in den letzten 60 Jahren, die in verschiedenen Phasen aufgezeigt wird. Zunächst wird, wie in den Abschnitten zuvor, auf die sportliche Lage eingegangen, ehe eine Verbindung zur medialen Entwicklung untersucht wird. Denn das ist in den vorherigen Kapiteln bereits deutlich geworden, dass es nicht möglich ist, beide Bereiche getrennt zu betrachten. Beide Wesen entwickeln sich individuell aber vor allem auch mit einander.

Am Ende dieses Abschnittes befindet sich ein Exkurs, der sich mit dem Thema Frauenfußball befasst. Diese Sportart ist in Deutschland erst sehr spät entstanden und kann doch schon mehr Erfolge als das männliche Pendant vorweisen. Trotzdem fehlt es den Damen noch an der Popularität, die die Herren aufweisen können. Die Ausführung beschäftigt sich kurz mit der Geschichte der Sportart und versucht dann heraus zu kristallisieren, warum der Frauenfußball medial weniger Bedeutung erfährt als der Herrenfußball.

1.4.1. Phase 1: 1950–1963

Es hat einige Jahre in Anspruch genommen, bis der Fußball in Deutschland nach Kriegsende wieder rollte. Fast jeder Verein hatte mit dem Verlust von Spielern

und der Zerstörung der Spielstätten zu kämpfen.

Doch die Pause schien den Deutschen auch gut getan zu haben. Der DFB konnte sich neu gründen und in Ruhe versuchen, ein konkurrenzfähiges deutsches Team aufzustellen. Um für die Zukunft aber ein fähiges Nationalteam bieten zu können, wehrte sich der DFB nicht länger und stimmte dem Berufsfußball zu. Der erste deutsche Meister nach Ende des Krieges wurde der 1. FC Nürnberg. International hatten die Deutschen noch keine Bühne. Doch dank der Schweiz, die sich für eine Wiederaufnahme der Deutschen in die FIFA einsetzte, fand am 21. November 1950 das erste Nachkriegs-Länderspiel in Stuttgart gegen die Schweiz statt. Das südliche Nachbarland hatte sich schon nach dem 1. Weltkrieg für die Deutschen bei der FIFA stark gemacht. Nun hatten die Deutschen ein zweites Mal die ehrenwerte Chance erhalten. Mit dem „Wunder von Bern“, dem Weltmeisterschaftstitel 1954, eroberten die Deutschen zum ersten Mal die Weltspitze. Für viele Deutsche hatte dieser Titel auch eine nationale Bedeutung – Selbstbewusstsein und der Glaube an eine bessere Zukunft wurde gegeben. Um den sportlichen Erfolg auch für einen anhaltenden Aufschwung zu nutzen, musste der DFB einige Veränderungen schaffen. Die Oberligen, die in einer Endrunde ihren Meister stellten, wurden 1963 endgültig aufgelöst. Im August 1963 startete erstmals das noch heute gültige Format – die Bundesliga mit 16 Teams (Vgl. Joel/Schütt 2006, 76 ff.).

Auch die Medien fanden schnell ihr Interesse am Fußball wieder. Mit dem offiziellen Fernseh-Sendestart am 25.12.1952 wurde der Sport ins neue Programm aufgenommen. Schon am nächsten Tag übertrug das TV das erste Fußballspiel live. (Vgl. Möhrmann 1997, 25)

1961 führte die ARD mit der »Sportschau« ein neues Sendeformat ein: »... *eine Sport-Nachrichtensendung mit Filmeinspielungen...*« (Möhrmann 1997, 25). Mit der ZDF-Gründung 1963 kamen zwei weitere Sportsendungen hinzu: der »Sportspiegel« mit journalistisch anspruchsvollen Dokumentationen und das »Aktuelle Sportstudio«, das Sport und Unterhaltung verband. (Vgl. Möhrmann 1997, 26)

Auch im Bereich der Printmedien setzte man auf die Darstellung von Fußball, wenn jedoch vereinzelt noch mit Überresten aus dem Kriegsjargon. (Vgl. Bertling/Eggers 2004, 204) Ein alt bekanntes Magazin wollte ebenso zurück in vorangegangene Erfolgsspu- ren. Nach seiner endgültigen Einstellung 1944 bemühte sich der »Kicker« schon im Jahr darauf, wieder ein Blatt zu veröffentlichen. Weil die Alliierten den Namen »Kicker« aber verboten, weil er Rückschlüsse auf die Zeit vor und während des 2. Weltkriegs ziehen lässt, kam das Magazin zunächst unter dem Titel »Sport« , später »Sportmagazin«, heraus. Erst 1951 war der »Kicker« wieder unter seinem ursprüng- lichen Namen erhältlich und prägte nachhaltig die Fußballberichterstattung im Be- reich der Printmedien. (Vgl. Koßmann 2004, 189)

1.4.2. Phase 2: 1964–1978

Diese Phase sollte eine der Erfolgreichsten der deutschen Fußballgeschichte werden. Mit der Einführung der Bundesliga stieg das Niveau der deutschen Clubs. Vereine wie Bayern München, der Hamburger SV oder Borussia Mönchengladbach trumpften international auf. Nach Otto Nerz (1. Bundestrainer) und Sepp Herberger (2. Bundestrainer) übernahm der »Mann mit der Mütze« das Nationalteam. In der »Ära Helmut Schön« konnte der deutsche Fußball weitere Erfolge feiern. So wurde Deutschland 1972 Europameister und gewann zwei Jahre später auch die Weltmeis- terschaft im eigenen Land. Fußball-Idole wie Franz Beckenbauer, Günter Netzer, Gerd Müller und Uwe Seeler wurden berühmt. Der Fußball hatte seine populären Gesich- ter, die eine eigene Vermarktung brauchten. Dies waren die ersten Versuche, einzel- ne Spieler für den nationalen Markt zu gewinnen und mit ihnen und ihrem Profil Geld zu verdienen.

Allerdings hatte die junge Bundesliga auch mit Problemen zu kämpfen. Viele Profis wechselten in ausländische Ligen und der DFB hatte Angst mit seinen Stars auch das

große Niveau zu verlieren. Bis heute ist diese Angst aber unbestätigt, die deutsche Bundesliga ist eine der stärksten und anerkanntesten Ligen der Welt. (Vgl. Joel/Schütt 2006, 123 ff.)

Doch nicht nur fußballerisch waren die Tage schwer. Im Zuge des Kalten Krieges kamen politische Probleme hinzu. Außerdem veränderte sich auch die Berichterstattung in den Medien, zum einen positiv für den Fußball, zum anderen aber auch mit kleinen Nachteilen, wenn man die Sprache der Berichterstattung untersucht. Wiederum »...*die Kriegsmetapher hat während des Kalten Krieges ihre Blütezeit.*« (Linden 2004, 89)

Das Fernseh-Medium trumpfte durch eine neue Erfindung auf. Mit dem »Instant Replay« konnte ein Spiel in unterschiedliche zeitliche Abschnitte gelegt werden. Die Aufarbeitung des Spiels wird für den Zuschauer so zunehmend attraktiver. Auch andere technische Neuerungen kamen hinzu (z.B. vollelektronische Aufzeichnung) und gestalteten die Berichterstattung immer mehr zum Ereignis. (Möhrmann 1997, 26 ff.)

1.4.3. Phase 3: 1979–1990

In diesem Zeitraum geschieht aus sportlichen Gesichtspunkten wenig. So wird das deutsche Team 1980 Europameister in Italien, bekam aber ein neues Problem: Die Art Fußball zu spielen, kam sowohl im heimischen Wohnzimmer als auch international nicht gut an – der deutsche »Arbeiterfußball«, als unschön anzusehend aber erfolgreich, wurde geboren.

Dafür entstand in Zusammenarbeit der Medien mit der Bundesliga und dem DFB eine professionelle Inszenierung der Sportart. Bisher wurden Spiele im TV und im Radio übertragen und kommentiert. Pünktlich zum Anpfiff schalteten die Sender ins Stadion und verabschiedeten sich mit dem Schlusspfiff wieder.

Von nun an war Fußball aber Show, der Sport gewann an Dramatik und wahre Fußballhelden wurden gesucht und gefunden. Wer sich medial gut in Szene setzte, hatte auch außerhalb des Platzes Erfolg (Vgl. Joel/Schütt 2006, 210 ff.).

Es entstand ein richtiges Abhängigkeitsverhältnis zwischen der Sportart und den Medien, das sogar bewirkte, dass die Medien soweit Einfluss nehmen konnten, dass Anstoßzeiten verändert werden konnten. Um hohe Einschaltquoten zu erzielen, die wiederum Werbegelder sicherten, verlegten die Medien Spielzeiten in den Abend. Ein größeres Publikum wurde erreicht und angehalten, sich nicht nur der Übertragung des Spiels, sondern auch dem inszenierten Spektakel rund um die Partien, zu widmen. (Vgl. Möhrmann 1997, 30)

Mit dieser Entwicklung stießen die Printmedien auf ein neues Problem. Hatten sie sich doch mit der Vor- und Nachbereitung der Spiele beschäftigt, fielen diese Auseinandersetzungen zunehmend weg. Besondere Berichte mussten geschrieben werden, um das Geschriebene attraktiv zu halten. Für diesen Bereich brach nun ein neues Zeitalter an, es wurde zunehmend auf Personalisierung und Hintergrundberichterstattung gesetzt, um dem Leser zusätzliche Informationen bieten zu können.

1.4.4. Phase 4: 1991–2006

Die vergangenen 15 Jahre des deutschen Fußballs verliefen mit Höhen und Tiefen. Ein Europameistertitel steht zu Buche, zudem eine unvergessene Weltmeisterschaft im eigenen Land. Während der deutsche Vereinsfußball in den Neunzigern noch mit Erfolgen glänzen konnte, war nach 2002 auf den europäischen Bühnen kein Pokal zu erringen. Der deutsche Fußball hinkt. Ursachenforschung wird betrieben, doch eine Lösung wurde noch nicht gefunden. Vielleicht liegt es an einer europäischen Entwicklung, die in Deutschland noch blockiert wird. Dass Fußballvereine von einem reichen Mäzen aufgekauft und vermarktet werden, ist in Deutschland noch

keine ordentliche Alternative. Die Tradition Fußball soll nicht verkauft werden. Aber vielleicht ist gerade dieser Unterschied Grund für das mittelmäßige Abschneiden in der Champions League oder dem UEFA-Cup. Es wird in den kommenden Jahren diesbezüglich sicher Veränderungen geben. So gibt es auch in Deutschland erste Vereine, die sich zum Beispiel am Vorbild der englischen Ligen orientieren. Mit Dietmar Hopp versucht sich der Gründer eines Software-Unternehmens in der Bundesliga einen Namen zu machen. Sein Team, die TSG 1899 Hoffenheim, spielt seit der Saison 2008 erfolgreich im Oberhaus. Und auch ein Leipziger Team verkündete in der Sommerpause 2009 den Einstieg eines Unternehmens. Der Getränkehersteller Red Bull soll den Sachsen zurück in die Erfolgsspur helfen. Wohin die Entwicklung geht, wird in den kommenden Jahren zu sehen sein.

Medial betrachtet sind die technischen Möglichkeiten inzwischen auf sehr hohem Niveau. Eine große Anzahl an unterschiedlich postierten Kameras unterbreitet dem Zuschauer nahezu das Gefühl, live dabei zu sein. Er kann inzwischen selbst wählen, welchen Blickwinkel er präsentiert bekommen möchte. Durch diesen Umstand entwickelt sich jedoch eine neue Diskussion. Mit der Einführung von Fernsehbildern, während der Partien, sollen ungerechte Entscheidungen, wie zum Beispiel das legendäre Wembley-Tor, vermieden werden.

Dem Fußball kommt eine unglaubliche Bedeutung in der deutschen Sportwelt zu. Durch das Ausscheiden populärer Charaktere in anderen Sportarten (Boris Becker und Steffi Graf im Tennis, Michael Schumacher in der Formel 1 und Franziska van Almsick im Schwimmen) überragt der Fußball im Moment alle anderen Sportarten. Diese Erscheinung ist nicht nur in der Sportwelt zu erkennen, auch in der Berichterstattung nimmt der Anteil von Fußball zu. Dies wird sich auch im ersten Teil der Untersuchung in Kapitel 3 zeigen. Weitere Ausführungen sind auch im ersten Abschnitt von Kapitel 2 nachzulesen, der eine aktuelle Bestandsaufnahme im Bereich Medien und Fußball vornimmt.

1.4.5. Exkurs Frauenfußball in Deutschland

Es ist kaum zu glauben, dass der Frauenfußball erst seit knapp 40 Jahren offiziell erlaubt ist. Am 30. Oktober 1970 hob der DFB das Verbot endgültig auf und besiegelte damit eine unaufhaltsame Entwicklung. Kein anderes Fußballteam konnte in so kurzer Zeit so viele Erfolge verbuchen. So sind die Damen seit Jahren Serien-siegerinnen bei der Europameisterschaft und haben auch ihren Weltmeistertitel, den sie 2003 zum ersten Mal errungen, 2007 verteidigt.

Die ersten Frauentteams haben sich bereits 1900 gebildet. Allerdings schenkte man den Frauen keine Aufmerksamkeit und so verschwand die Sportart während der zwei Weltkriege fast völlig. 1955 entschied der Verband dann aber den Damen das Kicken zu verbieten, bis er 1970 doch nachgeben musste. Allerdings mussten sich die Da-men einigen Auflagen entgegen stellen. So sollten sie eine halbjährliche Pause einle-gen, mit einem kleineren Ball spielen und Stollenschuhe wurden gänzlich untersagt. Doch auch diese Einschränkungen wurden aufgehoben und die Frauen spielen heute unter den gleichen Bedingungen wie die Herren.

1982 gaben die deutschen Frauen ihr internationales Debüt. Und nur sieben Jah-re später gelang ihnen der erste Erfolg mit dem Gewinn der ersten Europameister-schaft. Seit dem ist der Frauenfußball in Deutschland nicht mehr aufzuhalten. Das zunehmende Interesse ist nicht länger zu verbergen und wird spätestens 2011 bei der WM im eigenen Land einen neuen Höhepunkt setzen.

Mit Personen wie Birgit Prinz, der erfolgreichsten deutschen Nationalspielerin, hat der Damenfußball Figuren, die den Fußball voran bringen. Prinz ist Vorbild und ver-körpert das neue Bild des Frauenfußballs. Und auch nach ihrem Ausscheiden 2007, hat der Frauenfußball eine rosige Zukunft. Die deutschen Damen-Nachwuchsteams knüpfen an die Erfolge ihrer A-Mannschaft an. So gewann zuletzt, im Sommer 2009, die U17-Frauennationalmannschaft den EM-Titel. (Vgl. Joel/Schütt 2006, 330)

In der Medienwelt können die Frauen an ihre Erfolge auf dem Platz noch nicht anknüpfen. Die Herren der gleichen Sportart sind ihnen um einiges voraus, auch wenn zu vermerken ist, dass der Frauenfußball immer mehr an Bedeutung gewinnt. So wird seit 2005 jährlich das Pokalfinale der Damen im Vorfeld des Herren-Endspiels im gleichen Wettbewerb übertragen. Auch Welt- und Europameisterschaften etablieren sich im Fernseh-Programm. Im Bereich der Printmedien sind ebenfalls viele Publikationen zu vermerken. Zwar ist das Interesse am Liga-Spielbetrieb der Damen noch nicht vorhanden, lediglich lokal werden kleinere Artikel verfasst, bei großen Turnieren ist die Presse aber vor Ort und informiert die Leser über die Spiele und Ergebnisse des Turniers. Dabei liegt das Hauptaugenmerk natürlich auf den Partien der deutschen Damen. Diese Entwicklung hat sich auch im Zuge der Untersuchung bestätigt. Die Europameisterschaft der Damen im Jahr 2005 ist in allen drei Zeitungen thematisiert worden.

KAPITEL 2

– Fußball und Medien

In diesem Kapitel geht es vornehmlich um das Verhältnis von Fußball und den Medien. Was bereits im vorangegangenen Abschnitt kurz angeschnitten wurde, wird hier nun tiefgründig beleuchtet. Dabei soll es zunächst um die aktuelle Situation gehen, in der sich beide Bereiche befinden. Hierfür werden die einzelnen Medien aufgeführt und analysiert, wie viel Zeit und Interesse sie der Sportart Fußball widmen. Im Anschluss wird die Problematik »Mediensportwirklichkeit« aufgegriffen und hinterfragt.

Im zweiten Absatz folgt dann eine Darstellung der Abhängigkeiten von Fußball und Medien. Zudem wird versucht, Vorteile für den jeweiligen Bereich auszumachen und zu verdeutlichen. Anschließend wird sich eine Erörterung des Themas: „Die Macht der Bilder“, bevor im letzten Teil die Idolisierung von Fußballstars in den Medien im Laufe der 100 Jahre thematisiert wird.

2.1. Aktuelle Bestandsaufnahme

Fußball und Medien erscheinen heute immer zusammen, eine Trennung beider Felder ist nicht möglich. Deshalb soll nun eine Darstellung folgen, die belegt, wie eng verknüpft beide Bereiche sind. Zunächst wird die Aufarbeitung des Fußballs in der Presse kurz beleuchtet.

Es existieren in Deutschland über 100 regionale und überregionale Zeitungen. Viele erscheinen sechsmal wöchentlich, andere sogar täglich. Und eines ist allen gemein: sie widmen sich dem Thema Sport, und dabei meistens auch dem Fußball.

So zeigt Christian Schütte auf, wie viele Seiten Berichterstattung in verschiedensten Formen jeden Sonntag in den Zeitungen BILD (BamS), WELT (WamS), Frankfurter

Allgemeine Sonntagszeitung (FAS) und Berliner Zeitung am Sonntag (BZAS) zusammengetragen werden.

Es wird deutlich, dass es eine Flut an Artikeln gibt, die sich dem Thema Fußball in unterschiedlicher Weise nähern. Geht man davon aus, dass der Bundesliga-Spieltag in der 1. und 2. Bundesliga zu dieser Zeit noch gar nicht abgeschlossen ist, da auch Montag noch ein Spiel ansteht, wird deutlich, wie umfangreich die Printmedien berichten.

Tabelle 1: Bundesligaberichterstattung in den Sonntagszeitungen

Bundesligaberichterstattung in Sonntagszeitungen	BAMS	BZAS	FAS	WAMS
Seiten mit Bundesligaberichten	11-13	5-7	3-4	4-5
Interviews zu aktuellen Bundesligaspielen	•	-	-	-
Kommentare zu aktuellen Bundesligaspielen	•	-	•	•
Gastkommentare	•	-	-	•
Glossen	-	-	-	-

(Vgl. Schütte 2006, 49)

Durch die umfangreiche Aufbereitung am Sonntag lässt sich schlussfolgern, dass Fußball in der Presse eine große Rolle einnimmt. Ähnliche Ausführungen verzeichnet Schütte auch an anderen Wochentagen. Fußball hat seine Stellung in den Printmedien, obwohl neuere Medien wie Fernsehen und Internet aktueller sind, nicht eingebüßt. Das Verhältnis beider Bereiche, Presse und Fußball, ist eng und findet viele Möglichkeiten der Darbietung.

Fußballberichterstattung im Radio stellt sich heute, im Vergleich zu den Jahren, als TV und Internet technisch noch nicht so ausgereift waren, anders da. Der Umfang ist lang nicht so groß, wie in allen anderen Massenmedien. Die Übertragung konzentriert sich auf das Wochenende, da speziell auf den Bundesliga-Samstag. Es gibt nur wenige Sender, zum Beispiel Info-Radio, die noch ganze Spiele live kommentieren.

Mit der »ARD-Bundesligashow« (in den Drittprogrammen anders benannt) kann das öffentlich-rechtliche Radio jedoch einen Erfolgsgaranten vorweisen, der das angeschlagene Hörfunkmedium seit Jahren »in der Spur hält«.

Von 14 Uhr bis circa 18 Uhr bestimmt der Fußball den Programminhalt. Dabei wird sogar zusätzlich auf die Ergebnisse der dritten Spielklasse eingegangen. Jene sind zumeist regional verbunden und finden deshalb ihren Platz in der Sendung. Und das ist nach Horky der momentane Trumpf des Mediums Radio, »... schließlich könnte der Hörfunk bei der Erfüllung der beim Rezipienten vorhandenen Informationsbedürfnisse aus dessen regionaler und lokaler Umgebung... konkurrenzlos aktuell sein.« (Horky 2001, 141) Des Weiteren führt er an, dass der Hörfunk eine besondere Stärke besitzt, »...die schnelle und kurze Sportnachricht, durch die der Hörfunk über den ganzen Tag hinweg ein Informationsgitter legen kann.« (Horky 2001, 142) Platz für solcherlei Informationen und Berichte findet sich heutzutage sehr selten bei privaten Hörfunk-Sendern. Laut Horky bauen diese ihr Programm fast ausschließlich ohne Sport bzw. Fußball. Andere, durchaus positive, Tendenzen erkennt er bei den »so genannten Info-Programmen« (Info-Radio, Deutschlandfunk etc.).

(Horky 2001, 143)

Fußball und Fernsehen – eine gemeinsame Erfolgsgeschichte. »Die Übertragungen der großen Sportereignisse setzten Meilensteine in der TV-Berichterstattung, Olympische Spiele und Fußball-Weltmeisterschaften sorgen noch immer für die größten Einschaltquoten bei den Sendern.« (Horky 2001, 139)

Doch auch die wöchentlichen Spiele, aus Bundesligen und europäischen Wettbewerben, bewahren ihre Reize und sorgen außerhalb großer Fußball-Ereignisse für entsprechend gute Quoten. Fußball bringt durch sein hohes Maß an Telegenität ein eigenes Maß für den Fernseh-Erfolg mit.

Trotz des unübersehbaren Erfolgs der Sportart gibt es auch kritische Stimmen, die über die Art der Berichterstattung klagen. Horky spricht in diesem Zusammenhang vom „Zerrbild der sportlichen Realität“ und deutet den Begriff der »Mediensportwirklichkeit« an, der im nächsten Abschnitt genauer betrachtet und erörtert wird. Zusätzlich beanstandet er die zumeist übliche »1:0-Berichterstattung«, die sich auf die bloße Ereignis- und Ergebniswiedergabe begrenzt. (Horky 2001, 139)

Trotz der Kritik scheinen sich die Fernsehmacher einig zu sein: Fußball gehört ins Programm. Wie sonst wäre zu begründen, dass sich jeder der großen Sender (ARD, ZDF, SAT 1., RTL, Pro 7) dem Thema regelmäßig widmet und sei es nur im täglichen Nachrichtenprogramm. Hinzu kommen in Deutschland zwei reine Sportsender, Eurosport und DSF, wobei letzter genannter ein höheres Maß an Fußballberichterstattung zu Buche stehen hat.

Insgesamt ist der Fußball in allen betrachteten Medien die Sportart, der am meisten Platz zur Verfügung gestellt wird. Sie findet am meisten Beachtung sowohl im Hochleistungssport als auch im Breitensportbereich.

2.2. Wechselwirkungen beider Systeme

»Sport und Medien sind also im Laufe der Medienevolution eine zunehmend symbiotische Verbindung miteinander eingegangen...« (Loosen 2008, 18) Die Abhängigkeiten, die durch diese Zusammenarbeit entstehen, sind in diesem Abschnitt formuliert. Aufgezeigt werden auch die Vorteile, die für das jeweilige System entstehen. Zuvor werden jedoch erste wichtige Aussagen gefasst, die die Zusammenar-

beit beider Bereiche in der heutigen Zeit charakterisieren.

Schauerte formuliert die Hauptaufgabe der Medien, natürlich auch der Sportmedien, gegenüber ihren Rezipienten wie folgt:

»Die Medien sollen zunächst einen öffentlichen Kommunikations- und Meinungsprozeß initiieren, durch den ein allgemeiner Meinungsmarkt hergestellt wird. Weiterhin soll ein Bildungsbeitrag im weitesten Sinn erbracht werden, der es den Rezipienten ermöglicht, die eigene freie Meinung zu bilden.« (Schauerte 2007, 54)

Den Medien ist klar vorgegeben, welche Prozesse sie einleiten und verstärken sollen. Wie in anderen Bereichen, z.B. Politik und Wirtschaft, werden auch im Sport Themen gesucht und so aufgearbeitet, damit sie die Grundlage erfüllen, Informationen zu übermitteln, die eine Diskussions- und Austauschbasis bilden.

Doch ist die Gefahr des Erschaffens einer eigenen Realität im Sport sehr groß. Horky spricht in diesem Zusammenhang vom Begriff der »Mediensportwirklichkeit«:

»... also das Bild und die Qualität der über die Massenmedien vermittelten Sportwirklichkeit...« (Horky 2001, 148)

Den Medien wird eine Art »Verzerrungsprozess« vorgeworfen. Die subjektive Sichtweise, die durch den Regisseur und seinen Kameramann zu Stande kommt, ist ein Problem. Ein Zweites entsteht durch das Außerkraftsetzen von Zeit und Raum.

(Vgl. Horky 2001, 149)

Der Autor relativiert die »Anschuldigungen« in seiner Aussage aber wieder, weil er den Medien eingesteht, einen engen Spielraum für die Darstellung von Sport zu haben:

»Nach der Themenauswahl ist die Thematisierung die zweite Selektionsstufe, d.h. wie über diese Ereignisse und Themen berichtet wird. Die Konstruktion des Sports in den Massenmedien weist demnach im Gegensatz zur Sportwirklichkeit eng umrissene Inhalte auf.« (Horky 2001, 149)

Zudem weist er darauf hin, dass es für die Medien schwer ist, Ereignisse in ihrer realen Form wieder zu geben:

»Gemäß der Wirklichkeitskonstruktion durch Massenkommunikation ist der Vorwurf der ‚Verzerrung‘ oder gar der ‚Manipulation‘ der Sportwirklichkeit nicht haltbar, denn Medien können die Wirklichkeit nicht ‚wirklichkeitsgetreu‘, also quasi im Maßstab 1:1 abbilden, sie konstruieren ihre jeweils eigene Wirklichkeit. Entscheidend ist es, die Konstruktion zu analysieren, um damit die Sportmedienwirklichkeit erklärbar zu machen.« (Horky 2001, 149)

Es soll im Aufgabenbereich der Journalisten liegen, Nachrichten zu selektieren und sie so wahrheitsgetreu wie möglich für den Rezipienten aufzubereiten, auch wenn der Zwang der Nachrichtenselektion zur Mediensportwirklichkeit führt. (vgl. Horky 2001, 150) Um eine geeignete Auswahl von Informationen herzuleiten, benennt Horky fünf »inhaltsbezogene Regeln«, die das Zustandekommen von Mediensportwirklichkeit verstärken:

- Nähe (Vertrautheit in kultureller, politischer und zeitlicher Hinsicht)
- Rekorde, Siege und Elite (außergewöhnliche Leistungen und Erfolge, Großereignisse von Weltniveau)
- Konflikte, Gewalt und Aktion (Bedrohliches, dass die Ordnung sportlicher Handlung durcheinander bringt, Unfälle, Disharmonien in Mannschaften)
- Personalisierung (Bevorzugung personalistischer Tendenzen)
- Human Interest (alltägliche und private Lebensumstände prominenter Sportler)

(Horky 2001, 150)

Der Begriff Mediensportwirklichkeit belastet somit nicht nur die Arbeit der Medien, sondern birgt auch für den Sport Gefahren. Sportarten, die nur einige der oben

genannten Regeln erfüllen, haben es zunehmend schwerer, sich medial zu platzieren. Dieser Nachteil ist im Bereich Fußball nicht zu erkennen und auch nicht zu erwarten. Das Interesse an Fußball ist ungebrochen. Auch außerhalb von Großereignissen dominiert Fußball den Sportteil im Bereich der Medien. Wie viel Platz Fußball in der Sportberichterstattung einnimmt, wird auch in der Analyse im dritten Kapitel deutlich.

2.3. Die Macht der Bilder.

Wie die Medien ihr Werkzeug einsetzen

Dieser Abschnitt thematisiert die Bedeutung des Bildes in der aktuellen Sportberichterstattung. Heutzutage ist das Bild eine der wichtigsten Komponenten, beispielsweise funktioniert das Fernsehen nur mit Bildern, als Stand- oder Bewegtbild. Und auch die Presse versucht mit einer stets verbesserten Bebilderung das Zeitungswesen attraktiv zu halten: *»In der modernen Massenkommunikation lässt sich ein allgemeiner Trend zur Bildkommunikation beobachten. Zeitungen und Zeitschriften vergrößern ihre Bildanteile und verbessern deren technische Qualität«.* (Schierl 2004, 76)

Die Vorteile des Bildes liegen dabei auf der Hand. Bilder verfügen *»über ein hohes semantisches Potenzial, besonders in Bezug auf räumliche und formale Beziehungen.«* (Schierl 2004, 78) Zudem kann eine Grafik Objekteigenschaften sehr viel detaillierter abbilden. Besonders im Sport erhält das Bild mitunter ein hohes Maß an Nutzen. Als Interpretationshilfe für besonders schwere Entscheidungen kann das Bild zu Rate gezogen werden, wenn Millimeter über Sieg und Niederlage urteilen. Die berühmte »Nasenlänge« Vorsprung ist nur mit der Unterstützung des Bildes möglich.

Bilder dienen zudem der Erweckung von Aufmerksamkeit beim Rezipienten. Eine Abbildung kann Emotionen hervorrufen und den Rezipienten so überzeugen, sich dem Bild und somit dem Medium zuzuwenden: *»Ein weiteres Differenzierungsmerkmal des Bildes gegenüber [z.B.] dem Text stellt sein hohes Aktivierungspotenzial dar.«* (Schierl 2004, 80)

Die bildliche Darstellung von Gegenständen, Inhalten etc. weist aber auch Schwächen auf. So ist dem Bild nicht immer eine eindeutige Aussage zu entnehmen. Außerdem können Inhalte, wie Fragen oder Befehle nicht dargestellt werden. Schierl führt dazu aus, *»...dass der bildlichen Kommunikation die Grammatik der Sprache und ihre logische Syntax fehlt...«* (Schierl 2004, 77) Weil das Bild sich nicht selbst erklären kann, sollte es immer im Zusammenhang mit einem Text auftreten: *»Erst der Text (in Form beispielsweise einer Bildlegende oder eines zugehörigen Berichtes) können helfen, das Bild zu deuten.«* (Schierl 2004, 78)

Trotz dieser Schwächen legt die Berichterstattung mittlerweile großen Wert auf die Bebilderung ihrer Veröffentlichungen. Denn für die Medien ist *»die hohe Kommunikationsgeschwindigkeit von Bildern«* (Schierl 2004, 79) von Bedeutung. So ist untersucht worden, dass die Grundthemen von Bildern innerhalb von Hundertstelsekunden erfassbar sind. Somit kann der Rezipient Bilder viel schneller als Texte verstehen: *»Zudem hat sich gezeigt, dass zur Beurteilung eines Menschen auf der Basis von (Fernseh-)Bildern schon eine äußerst kurze Expositionszeit genügt: Nach 250 Millisekunden, d.h. einer Viertelsekunde, entsteht beim Betrachter bereits ein höchst nuanciertes Bild vom Anderen, bei dem sich u.a. entscheidet, ob jemand als autoritär, gefühlsbetont, hinterhältig, intelligent oder langweilig eingestuft wird. Diese unbewussten Schlüsse ändern sich zudem kaum, wenn man den Beurteilenden die Gelegenheit gibt, die Bildvorlage beliebig lange zu betrachten.«* (Müller 2004, 393 und Vgl. Schierl 2004, 79)

Schierl schreibt der Bildkommunikation weiter zwei Einsatzmöglichkeiten zu: die ökonomische oder die publizistische Motivation. Der erst genannte Grund erklärt

sich wie folgt: *»Aus dieser Perspektive hat das Bild besondere Bedeutung als Mittel zur Produktion von Aufmerksamkeit. Da Bilder besonders schnell erfasst werden und Emotionen generieren können, (...) eignen sie sich hervorragend dazu den Konsumenten auf ein Kommunikat aufmerksam zu machen und zum Kauf eines Blattes bzw. zum Einschalten eines bestimmten Programms zu bewegen.«* (Schierl 2004, 81)

Die publizistische Motivation eines Bildes ergibt sich aus dem Unterhaltungswert für den Rezipienten. Dieser produziert Emotionen aller Art, und ermöglicht es dem Rezipienten, das Dargestellte leichter zu verstehen. Das Bild erklärt den Sachverhalt anschaulich. (Vgl. Schierl 2004, 82)

Beide Gründe weisen gleichzeitig auf ein großes Problem hin. Schierl spricht in diesem Fall über die »scheinbare Authentizität«. Weiter führt er aus: *»Die in den Medien konstruierte Wirklichkeit wird oft unbewusst als Realität wahrgenommen, gerade im bildlichen Bereich ohne eine notwendige kognitive Kontrolle.«* (Schierl 2004, 83) Gibt das Bild nicht den gewünschten Inhalt wieder, der beim Rezipienten ankommen soll, ist es für den Journalisten keine Alternative, auch wenn es den eigentlichen Inhalt abbildet. Es besteht somit die Gefahr, Bildinhalte zu verfälschen, um sie für den Rezipienten interessanter zu gestalten.

2.4. Idolisierung. Wie die Medien Fußballstars machen

Die mediale Inszenierung von Fußballspielern ist kein Phänomen der letzten zehn Jahre. Ganz im Gegenteil - im Zuge der Sportberichterstattung gab es auch immer wieder Ideen, besondere Spieler der Öffentlichkeit in einem anderen Blickwinkel darzustellen. In Anwendung verschiedenster Methoden war der Fußballer nicht nur über seine Sportart Teil der Medien, sondern präsentierte zunehmend auch andere Eigenschaften. Die Entwicklung der Inszenierung von Mediensportlern wird

im folgenden Absatz genauer beleuchtet.

Schon Ende des 19. Jahrhunderts erkannten Sportler, dass sie sich auch über ihre Sportart hinaus medial darstellen können und somit Vorteile für sich erwerben konnten. Als das Zeitungswesen und der Hörfunk in den 20er Jahren zunehmend zu Massenmedien avancieren, wurde auch die Darbietung der Sportler und des Sports professionalisiert. Die ersten Sportler, die diese neue Entwicklung nutzen, kamen aus den Lagern der Turner und Fußballer. Beide Sportlergruppen wollten sich über die Medien klar vom anderen unterscheiden und den Vorteil ihrer Sportart verdeutlichen. (Vgl. Bertling/Eggers 2004, 188 f.)

Fußball gewann den Beliebtheitswettbewerb und wurde in den Jahren der Weimarer Republik die populärste deutsche Sportart. *»Mit den ersten Stars entsteht schnell ein Markt für Anstecknadeln, Briefmarken oder Sammelbilder, und Fußballer werden zunehmend als Stars vermarktet. Eine Medienberühmtheit ist dabei Torhüter Heiner Stuhlfauth vom 1. FC Nürnberg, der sich in Annoncen als Testimonial für die Marke Kaffee Hag ablichten ließ, sowie als Werbeträger für diverse Zigarettensfirmen fungierte.«* (Bertling/Eggers 2004, 195)

Anhand der Auswahl der Werbefirmen lässt sich erkennen, dass Vermarktungsmöglichkeiten professionell gebraucht wurden, auch wenn die Zusammenarbeit mit einigen im Nachhinein eher fragwürdig war. Zu dieser Zeit war es wahrscheinlich wichtiger, überhaupt Werbeträger zu sein, als dass es von großer Bedeutung war, ob das beworbene Mittel überhaupt einen erkennbaren Zugang zum Sport hatte. Mit dem Beginn des Zweiten Weltkrieges änderte sich die Darstellung der Sportler entscheidend. Nicht mehr der Spieler als Individuum wurde herausgehoben, sondern die Mannschaft im Kollektiv stand im Vordergrund. *»Dieses Muster der Inszenierung basiert vorwiegend auf der Instrumentalisierung des Sports für den Krieg.«* (Bertling/Eggers 2004, 199) Der Sport als solches stand nicht länger im Mittelpunkt, sondern zunehmend Attribute, die sich mit ihm erwerben lassen. Bertling nennt

in diesem Zusammenhang »Kameradschaft«, »Korpsgeist«, »Zusammenhalt« und »Solidarität«. (Bertling/Eggers 2004, 199 f.)

Diese Entwicklung zog sich auch durch die 50er Jahre in Deutschland. Zwar waren die eben genannten Eigenschaften nicht länger Voraussetzung für eine zweite mediale Karriere, doch brachten sie noch immer einen Vorteil. So wurden Spieler in ihren Mannschaften portraitiert und die Realität dabei nicht außer Acht gelassen, denn auch Kriegsabbildungen (Ruinen, Soldaten etc.) fügen sich in die Bilder. (vgl. Bertling/Eggers 2004, 202 f.)

Eine konkrete Veränderung wurde erst in den 70er Jahren sichtbar. Der Spieler löste sich wieder aus dem Mannschaftsgefüge und wurde über die Medien wieder als Individuum inszeniert. Allerdings gestaltet sich zu dieser Entwicklung eine weitere Schöpfung: *»Die Massenmedien, die nun intra- wie intermedial mehr >Content< anbieten, rücken die Unterhaltungsfunktion zunehmend in den Vordergrund...«* (Bertling/Eggers 2004, 205)

Spieler vermarkteten sich über die Eigenschaften, die sie von den Medien zugesprochen bekamen. Die Medien entnahmen die Attribute wiederum von den spielerischen Fähigkeiten der Fußballprofis. Erste große Beispiele waren Franz Beckenbauer und Berti Vogts. Über die Ästhetik bzw. die spielerische Härte kamen beiden Eigenschaften zu, die sie in der Medienwelt inszenieren konnten. (vgl. Bertling/Eggers 2004, 206)

Horky erkennt in der heutigen Zeit einen klaren Ansatz: *»Wichtig erscheint bei der Idolisierung immer mehr die Funktion von Sportstars als Werbeträger; Sportstars unterliegen damit ähnlichen Vermarktungsmechanismen wie Idole aus dem Showgeschäft.«* (Horky 2001, 157) Zudem führt er fünf unterschiedliche Typen von Sportidolen ein. Zunächst nennt Horky den »Luxus-Star« (z.B. David Beckham), fährt fort mit dem »Jungen von nebenan« (z.B. Bernd Schneider), geht über zum »Senkrechstarter« (z.B. Lukas Podolski), dann folgt der »soziale Aufsteiger« (z.B. Jerome Boateng) und schließt ab mit dem »exzentrischen Topstar« (z.B. Cristiano Ronaldo).

Alle fünf Typen verkörpern ihr Image auf dem Platz genauso wie im Blickfeld der Medien. Und über diese Eigenschaften verschaffen sie sich zusätzliche Einnahmen beispielsweise mit Werbeverträgen.

Es geht nicht länger um die Inszenierung der Fußballstars um ihrer Sportart Willen, man lässt sie zu Superstars aufsteigen, die sie über den Fußball hinaus zu Stars avancieren lassen. Horky nennt das die »Human-Touch-Berichterstattung«. Zudem erwähnt er, dass alle Medien diese Entwicklung tragen. Dies ist kein TV-Phänomen, sondern erschließt sich u.a. auch im Printmedienbereich. (Vgl. Horky 2001, 156 f.)

KAPITEL 3

– Untersuchung: Zeitungsanalyse

Nachdem das Thema »Sport und Medien« in den vorangegangenen Kapiteln theoretisch aufgearbeitet wurde, folgt nun eine Analyse von ausgewählten Tageszeitungen, die einen Hinweis darauf geben sollen, ob die Fußball-WM 2006 in Deutschland politische Themen in den Hintergrund gestellt hat.

Dafür wird zunächst die politische Situation im genannten Jahr kurz zusammengefasst, bevor sich der Überblick über die sportliche Situation anschließt.

Danach folgt die eigentliche Analyse, in der zunächst die Fragestellungen formuliert werden, bevor die Methodik dargestellt wird und abschließend die Ergebnisse ausgewertet und noch mal kritisch hinterfragt werden.

3.1. politische Situation 2006

Im Vorfeld der Weltmeisterschaft ist in Deutschland politisch vieles geschehen. Nach der vorgezogenen Wahl im September 2005 musste die SPD eine Niederlage einstecken und der CDU, und ihrer Kanzler-Kandidatin Angela Merkel, die Regierungsbildung überlassen. Daraus resultierte die Legislaturperiode der Großen Koalition aus CDU und SPD mit der ersten weiblichen Bundeskanzlerin Angela Merkel. Vor Beginn der Weltmeisterschaft versuchte die neue Regierung einen gemeinsamen Weg zu finden und sich einander anzunähern. Die SPD hatte zudem mit weiteren Turbulenzen zu kämpfen. Nach der Wahlniederlage übernahm Michael Platzeck den Parteivorsitz, gab diesen aber auch schnell, wegen gesundheitlicher Probleme, wieder ab. Sein Nachfolger war Kurt Beck.

Im Mai 2006 entschied die Große Koalition im Einklang dann die Erhöhung der Mehrwertsteuer von bisher 16% auf 19%. Bis zur endgültigen Verabschiedung die-

ser Entscheidung dauerte es aber noch bis in die Wochen der Weltmeisterschaft.

3.2. sportliche Situation 2006

Wie im Bereich der Politik gab es auch im Vorfeld der Weltmeisterschaft im Fußball viele Veränderungen. Nachdem Rudi Völler sein Amt als Bundestrainer 2004 niedergelegt hatte, übernahm der bis dahin völlig unerfahrene Jürgen Klinsmann. Mit neuen Methoden, die im Training griffen oder auch mentale Übungseinheiten beinhalteten, stieß der ehemalige Nationalspieler immer wieder auf Kritik. Doch als er im darauf folgenden Jahr mit seinem Team Platz Drei beim Confederations-Cup erlangen konnte, verstummten seine sportlichen Gegner langsam.

Aufsehen erregte er nur noch mit seiner Entscheidung, Oliver Kahn, als die Nummer Eins im Tor, durch Jens Lehmann zu ersetzen. Doch Klinsmann ließ sich nicht mehr umstimmen, trotz großer Kritik von Kahn selbst und von dessen Vereinsbossen aus München.

Außerdem taten sich im Vorfeld der WM auch zwei andere Spieler, allerdings durch ihre tollen Leistungen, hervor. Bastian Schweinsteiger und Lukas Podolski avancierten zu Publikumsliebblingen. Mit ihrem jungen und frechen Auftreten erarbeiteten sie sich einen Stammplatz im Team der Nationalelf. Und auch medial fanden sie viel Anklang. So war von Prinzen »Schweini und Poldi« die Rede.

So ging die deutsche Mannschaft als einer der Turnierfavoriten, neben Brasilien und Argentinien, an den Start.

Mit einem dritten Platz schied die deutsche Elf aus. Trainer Jürgen Klinsmann legte sein Amt nach der WM ab und übergab an den heutigen Bundestrainer Joachim Löw.

3.3. Fragestellungen

Diese Arbeit beschäftigt sich mit folgender Hauptfrage:

»Überwältigte die Faszination Fußball zur Weltmeisterschaft 2006 den politischen Alltag in Deutschlands Printmedien?«

Um eine aussagekräftige Antwort geben zu können, sind drei Printmedienerzeugnisse (Süddeutsche Zeitung, Bild-Zeitung, Die Welt) unter folgenden Gesichtspunkten untersucht worden:

- 1) Änderung der Seitenanzahl für Sport/Politik von 2005 auf 2006
- 2) Anzahl der Titelseiten zum Thema Sport/Politik von 2005 und 2006
- 3) Änderung der normalen Reihenfolge von 2005 auf 2006.

Nun schließt sich ein Methodik-Teil an, der die Vorgehensweise der Analyse nochmal genau beschreibt, bevor im Anschluss die drei Kriterien in dieser Form erneut aufgegriffen und ausgewertet werden.

3.4. Methodik

Diese Arbeit geht der Frage nach, inwieweit Sport Politik aus dem Alltag der Printmedien zur WM 2006 verdrängen konnte. Um eine Aussage treffen zu können, war eine Untersuchung des entsprechenden Mediums eine Option.

In die Analyse gingen die Ausgaben der Süddeutschen Zeitung (Region München), der Bild-Zeitung (Region Hamburg) und der Zeitung Die Welt (Region Berlin) ein. Durch die verschiedenen Regionen, aus denen die einzelnen Zeitungen stammen, konnte ein breites Feld eröffnet werden, das Interpretationsspielraum für ganz Deutschland ermöglicht. Regionale Ereignisse, politisch oder sportlich, gehen jedoch nicht mit in die Untersuchung ein.

Die Auswahl der Printerzeugnisse ergab sich aus der Absatzstärke, der unterschiedlichen Art der Berichterstattung und nicht zuletzt aufgrund der Regionsverteilung. Im Anschluss wurden Daten festgelegt, die für alle Zeitungen galten. Die Weltmeisterschaft war vom 09.06.2006 bis zum 09.07.2006. Aus diesem Zeitraum wurden zehn feste Tage ausgewählt. Anhand der Wochentage wurden die Daten für die das vorherige Jahr ausgelesen. Es wurde somit nicht das genaue Datum ins Vorjahr übertragen, sondern der jeweilige Wochentag war entscheidend für die Auswahl. So ergaben sich folgende Tage im Jahr 2005 und im Jahr 2006:

Freitag:	10.06.2005	09.06.2006
Montag:	13.06.2005	12.06.2006
Donnerstag:	16.06.2005	15.06.2006
Montag:	20.06.2005	19.06.2006
Mittwoch:	22.06.2005	21.06.2006
Montag:	27.06.2005	26.06.2006
Donnerstag:	30.06.2005	29.06.2006
Montag:	04.07.2005	03.07.2006
Donnerstag:	07.07.2005	06.07.2006
Montag:	11.07.2005	10.07.2006

Es wurde absichtlich auf Wochenendtage verzichtet, da aus politischer Sicht an diesen Tagen wenig passiert. Damit aus der Analyse realistische Schlüsse gezogen werden konnten, wurde darauf geachtet, dass Daten gewählt wurden, an denen das Verhältnis von Politik und Sport ausgeglichen war. Der Montag, in jeder der vier Wochen, kam immer vor, weil er meist zusammenfassend über die Ereignisse vom Wochenende berichtete.

Nach Beendigung der Vorbereitungen begann die Untersuchung. Mit Hilfe einer Bibliothek für Presseerzeugnisse wurden entsprechende Exemplare gesucht und der

Analyse unterzogen.

Dabei wurde zunächst das Grundraster der jeweiligen Zeitung heraus gearbeitet.

Das heißt, es wurde Tag für Tag untersucht, wie das Medium aufgebaut war. Gleichzeitig wurde vermerkt, mit welchen Nachrichten das Titelblatt versehen war. Dieser Form der Ausarbeitung unterliefen alle drei Zeitungen in beiden Zeiträumen.

Für die Analyse wurden die Seitenzahlen, für die einzelnen Rubriken, die Titelblätter und die Reihenfolge (Aufbau) aus beiden Jahren verglichen.

Um ein Ergebnis zu erhalten, wurden die gesammelten Daten wie folgt ausgewertet:

- 1) Auszählen aller Seiten
- 2) Durchschnitt der Seitenzahlen ermitteln
- 3) Abbildung über ein Diagramm
- 4) Titelblätter nach zwei Themen sortiert (Politik/Sport)
- 5) Auszählung der jeweiligen Themen
- 6) Abbildung über ein Diagramm
- 7) Untersuchung der Reihenfolge (sichtbare Veränderung)
- 8) Abbildung über ein Diagramm

Die Richtwerte, die sich in der Analyse ergaben, sind im folgenden Abschnitt dargestellt. Zusätzlich werden die Ergebnisse interpretiert, bevor sie abschließend kritisch betrachtet werden.

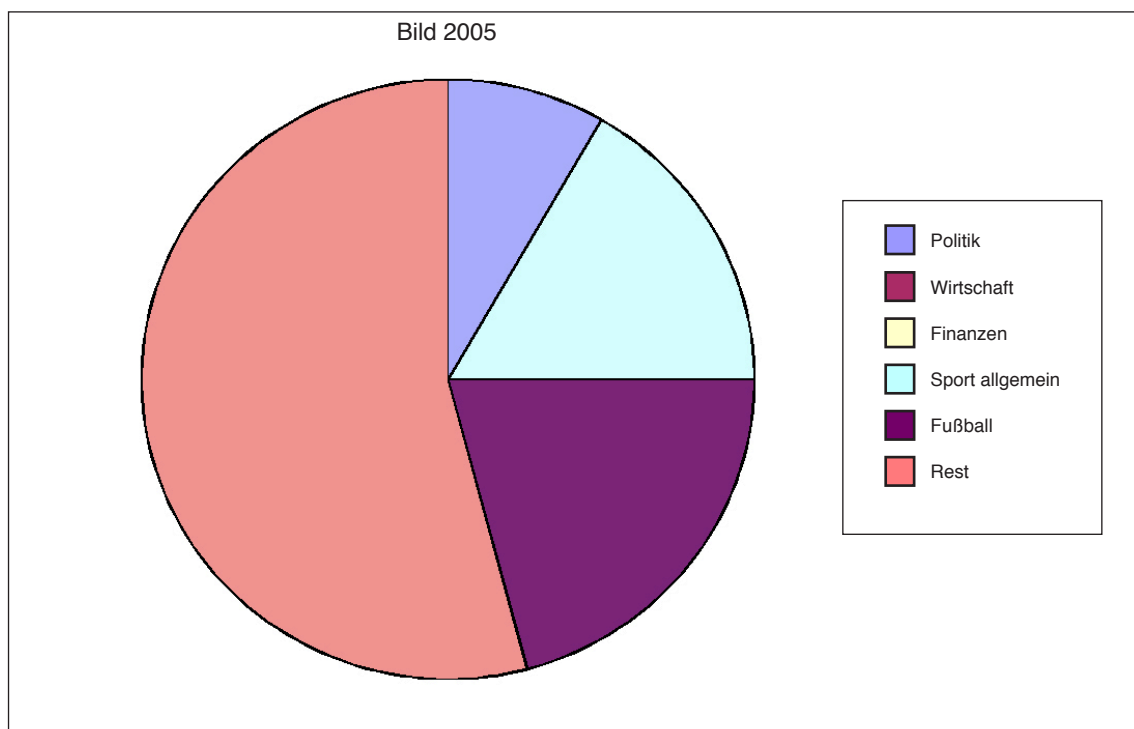
3.5. Auswertung

Im Folgenden werden nun die Untersuchungsergebnisse präsentiert. Diese werden zunächst jeweils als Diagramm abgebildet und im Anschluss ausgewertet. Wie im vorherigen Absatz zu lesen war, sind alle drei Zeitungen nach den Kriterien

der Seitenzahlen, dem Inhalt der Titelseiten und die Einhaltung der üblichen Reihenfolge betrachtet worden.

Die Bild-Zeitung im Juni/Juli 2005 erschien im Durchschnitt mit 25 Seiten, die sich wie folgt aufgeteilt haben:

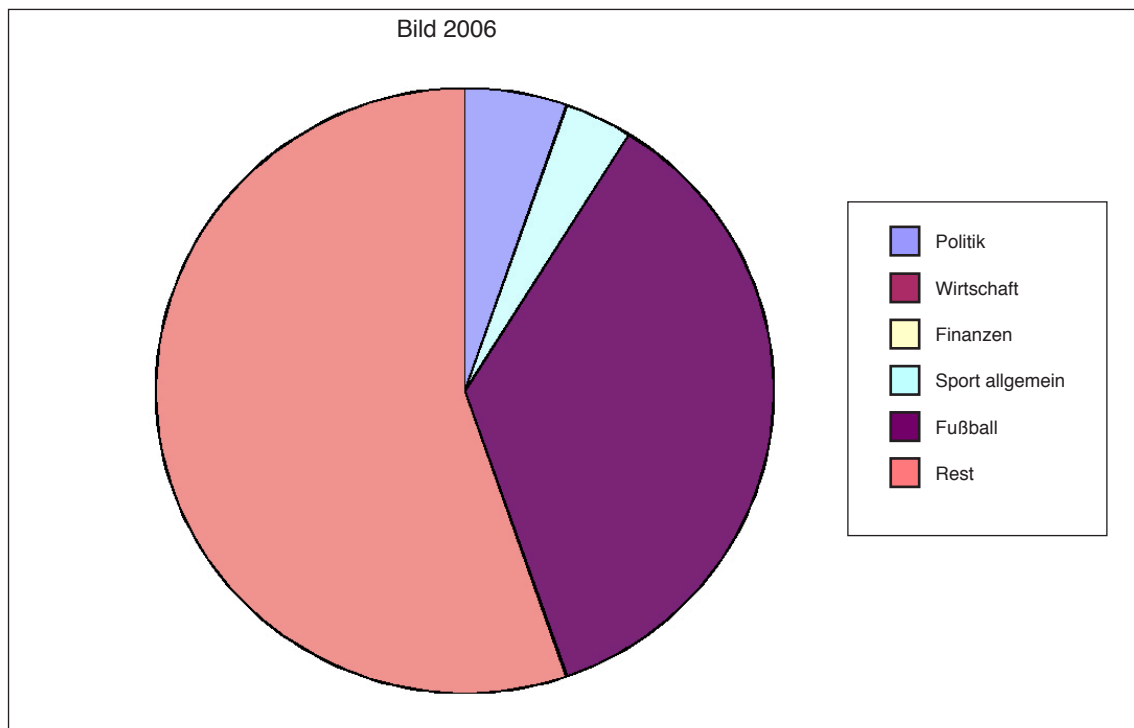
Diagramm 1



Bereits im Jahr vor der Fußballweltmeisterschaft war der Anteil an Fußball höher als der Anteil an Politik. Der Unterschied betrug im Durchschnitt zwei Seiten. Den Hauptanteil der Bildzeitung macht jedoch der »Rest« aus. Dieser ist eine Mischung aus Unterhaltung und Informationen, die keinem der oben abgebildeten Bereiche zugeordnet werden konnten.

Vier von Zehn Titelseiten widmeten sich Politik oder Fußball. Das Verhältnis war ausgeglichen, beide Systeme konnten jeweils zwei Seiten verbuchen. Die Reihenfolge im Juni/Juli 2005 sah die Politik vor dem Bereich Sport, im Allgemeinen, und dem Bereich Fußball.

Diagramm 2

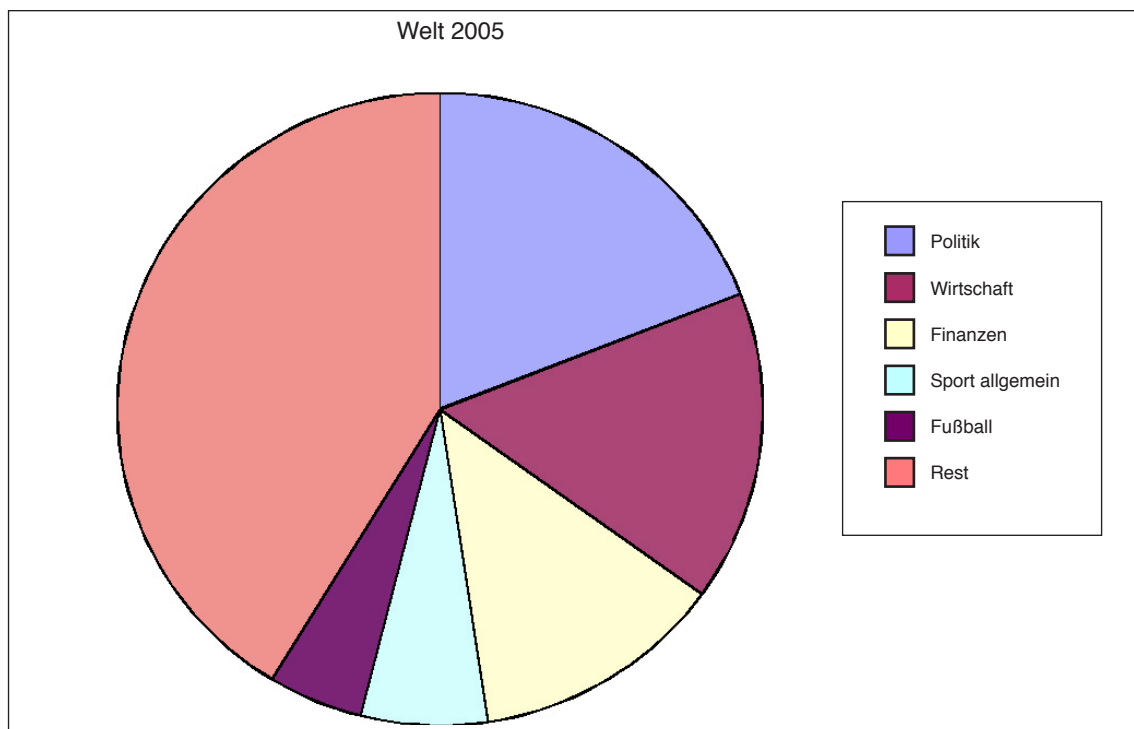


Im darauf folgenden Jahr ist der Zuwachs an Fußballinformationen zu erkennen. Von fünf Seiten (2005) ist die Berichterstattung auf zehn Seiten (2006) angewachsen, der Anteil von Politik hingegen hat sich verringert, von zwei Seiten (2005) auf eineinhalb Seiten (2006). Auch der allgemeine Sport verzeichnet weniger Platz in der Zeitung, die zur Zeit der Weltmeisterschaft auf durchschnittlich 28 Seiten kommt. Mit ungefähr 86% hat sich der Fußball auf der Titelseite klar gegen die Politik durchgesetzt. Die Reihenfolge der Berichterstattung hat sich ebenfalls

geändert. Durch das immer mehr aufkommende Interesse verdrängt Fußball die Politik, die Sportart ist nun auf den ersten Seiten zu finden, erst danach folgt das Thema Politik.

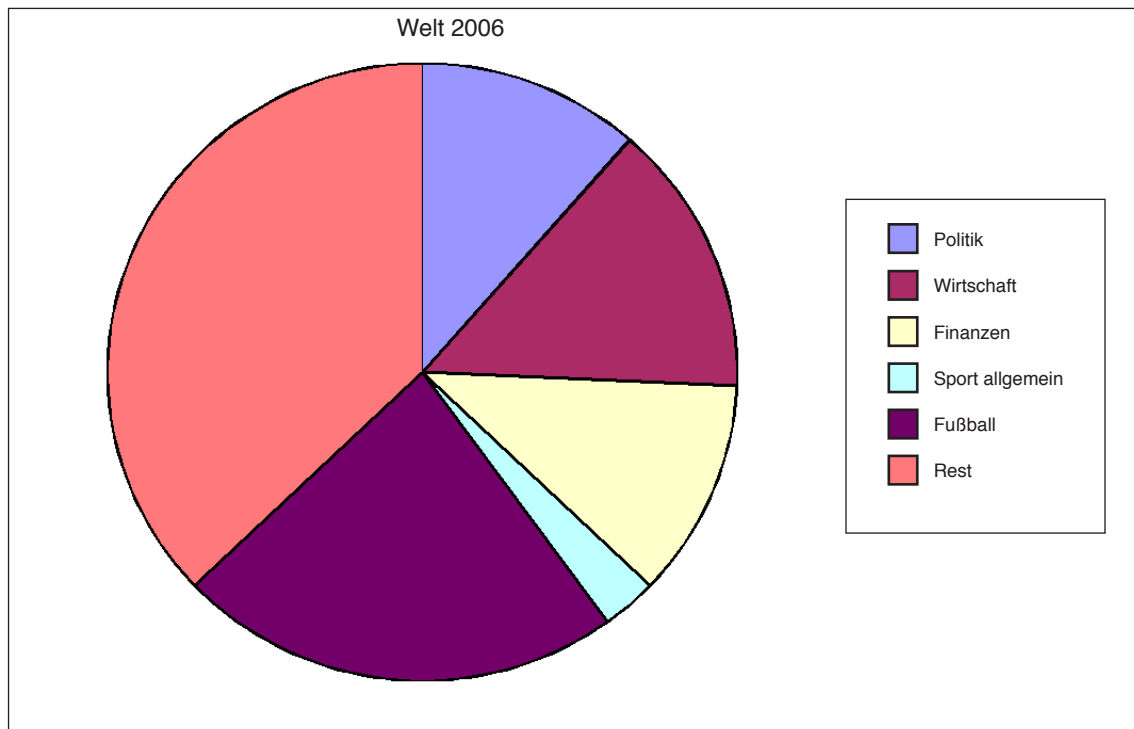
Ähnliche Tendenzen zeigten sich auch bei der »Welt« und der »Süddeutschen«.

Diagramm 3



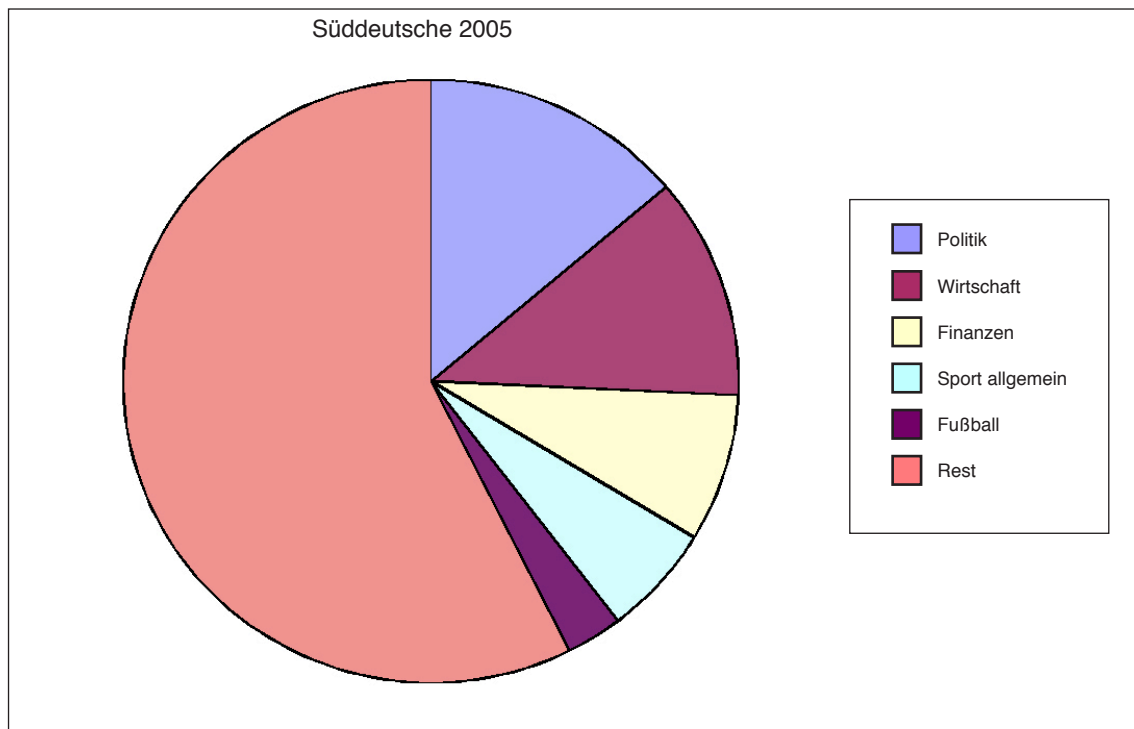
»Die Welt« verzeichnete im Jahr vor der WM einen Politik-Anteil von sechs Seiten, Fußball hingegen nur eine Seite. Daraus ergaben sich lediglich 4% Fußball-berichterstattung auf durchschnittlich 34 Seiten. Auch die Titelseiten waren klar politisch gefärbt, immerhin 85% der Seiten widmeten sich diesem Thema. Zu jener Zeit war auch die Reihenfolge deutlich festgelegt: Der Politik auf den ersten Seiten folgten Wirtschaft, Finanzen, Sport allgemein und dann erst Fußball.

Diagramm 4



Im Jahr 2006 konnte sich der Fußball, auch in der Zeitung »Die Welt«, gegenüber der Politik behaupten. Während die Seitenzahl für das Thema Politik bei vier konstant blieb, steigerte sich die Berichterstattung im Bereich Fußball von einer (2005) auf acht (2006) Seiten. Auch die Titelseiten befassten sich abwechselnd mit den Themen Politik (56%) und Sport (44%). Die durchschnittlich 36 Seiten wurden zudem anders eingeteilt. Fußball konnte sich in acht von zehn Fällen in Kurzform vor den Politikseiten platzieren.

Diagramm 5

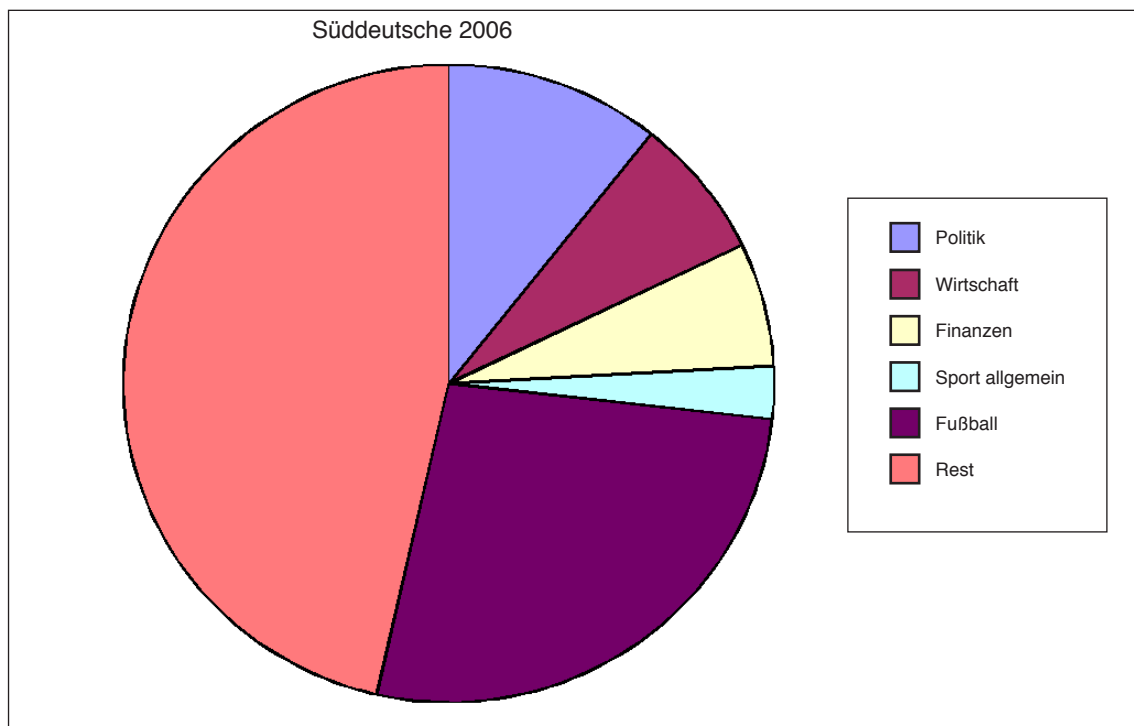


Ähnlich wie die Zeitung »Die Welt« legte auch die »Süddeutsche Zeitung« ihr Hauptaugenmerk auf die Thematik Politik. Mit sieben von 51 Seiten und 72-iger Präsenz auf dem Titelblatt schien Politik für die Leser relevanter als Fußball zu sein. Die Berichterstattung über die Sportart machte nur eineinhalb Seiten aus und war auch nur zu 28% auf dem Titel vertreten. Auch alle anderen Bereiche wie Wirtschaft, Finanzen und Sport allgemein zählten mehr Seiten und rangierten in der Abfolge ebenfalls vor dem Thema Fußball.

Dies änderte sich 2006, wie die letzte Abbildung (Diagramm 6) zeigt. Bei durchschnittlich 56 Seiten konnte der Fußball ein knappes Viertel der Berichterstattung für sich in Anspruch nehmen. Politik verbüßte sogar eine Seite und kam nur noch auf sechs. Des Weiteren verringerte sich der Anteil von Wirtschaft, Finanzen und Sport. Die Titelseiten wurden jedoch zu 80% durch die Politik beherrscht. Dies

ist ein Unterschied zu den anderen beiden Zeitungen. Und auch die Reihenfolge wurde nicht zu Gunsten von Fußball verändert. Eine Besonderheit wies die WM-Berichterstattung zusätzlich auf. Es gab täglich eine Rubrik mit dem Namen »WM 2006 Politik und Wirtschaft«, die somit beide Themenbereiche (Fußball und Politik) vermischte.

Diagramm 6



Insgesamt war deutlich zu erkennen, dass der Anteil der Fußballberichterstattung in allen drei Zeitungen zur Zeit der Weltmeisterschaft enorm angewachsen ist. In zwei von drei Fällen wurden für das Thema Fußball übliche Abfolgen aufgelöst und der aktuellen Situation angepasst. Zudem nahm auch der Anteil von Titelgeschichten rund um den Fußball bei zwei Zeitungen zu. Besonders die Bild-Zeitung nutzte das Thema Fußball oftmals als Aufmacher.

Die Fußballweltmeisterschaft beeinflusste die Medienlandschaft in Deutschland nachhaltig. Die Thematik war stets präsent und verfügte über viele Formen der Berichterstattung. Fußball hat das Thema Politik nicht aus den Medien verdrängt, aber die Weltmeisterschaft hat die Berichterstattung über Politik in den Hintergrund gestellt.

3.5. Limitation

Die Analyse hat ergeben, dass das Thema Fußball in den Printmedien eine große Rolle gespielt hat. Die Auflage der Zeitungen wurde in allen drei Fällen erhöht, um dem Fußball auch auf diese Weise mehr Platz einzuräumen. Allerdings muss die Aussage der Untersuchung auch kritisch betrachtet werden. Für beide Zeiträume wurden jeweils nur drei Tageszeitungen analysiert. Somit kann keine allgemeine Schlussfolgerung für die komplette Medienlandschaft, auch nicht speziell für den Printbereich, gezogen werden. Außerdem wurden nur zehn Wochentage betrachtet, die Weltmeisterschaft erstreckte sich aber über einen Monat und die Spiele wurden auch am Wochenende ausgetragen. Auch hier ist keine repräsentative Aussage machbar, da nur eine kleine Auswahl an Tagen getroffen wurde. Fußball trat im Sommer 2006 mit einem Großereignis an, politisch gesehen war in Deutschland aber kein Ereignis in dieser Größenordnung zu verzeichnen. Die Bundestagswahl war bereits im Jahr 2005 und die Deutschen hatten sich inzwischen an die erste Bundeskanzlerin ihres Landes gewöhnt.

Insgesamt kann man feststellen, dass in diesem Analysenfeld weiterhin großer Forschungsbedarf besteht, um eine eindeutige Aussage treffen zu können. Es ist notwendig eine größere Zahl an Medienerzeugnissen zu untersuchen, und

diese auch einer umfangreicheren Prüfung zu unterziehen. Eine so geringe Zahl an ausgewählten Tagen kann zu keiner allgemein gültigen Ansicht führen.

Die Ergebnisse der Analyse sind kritisch zu betrachten. Sie geben einen Ansatz, können jedoch für keine klare Aussage verwendet werden. Sie dienen lediglich der Analyse im kleinen Rahmen dieser Arbeit und geben einen Hinweis darauf, dass für eine Bejahung der Frage, in wie fern Fußball Politik aus dem Alltag der Printmedien im Sommer 2006 verdrängt hat, weitere Untersuchungen von Nöten sind.

KAPITEL 4

– Das Trio: Fußball, Politik und Medien

In diesem Abschnitt wird das Verhältnis von Fußball, Politik und Medien thematisiert. Dabei wird zunächst besonders die Beziehung von Fußball und Politik beleuchtet, da bereits in Kapitel 2 die Verbindung von Fußball und Medien aufgegriffen wurde. Die Medien vervollständigen das Trio als Darstellungsform für den Konsumenten und treten somit erst zum Ende des ersten Unterkapitels in Erscheinung. Denn die Berichterstattung über Fußball und Politik funktioniert nicht ohne Medien, sondern wird erst durch diese gewährleistet. Das Trio wird so durch den Bestandteil Medien komplettiert.

4.1. In welchen Verbindungen steht das Trio?

Dieser Absatz kommt aber nicht ohne die Erläuterung von Begrifflichkeiten aus. Dabei wird Fußball zunächst unter dem Mantel des Sports erklärt, bevor jener anschließend wieder speziell betrachtet wird. Des Weiteren werden gesetzlichen Bestimmungen aufgezeigt und Berührungspunkte von Politik und Sport dargestellt. Aus dieser Aufstellung ergeben sich dann Gemeinsamkeiten und Unterschiede, die Politik und Fußball betreffen. Zum Abschluss des ersten Unterkapitels wird das Dreieck Fußball, Politik und Medien beschrieben.

4.1.1. Begriffe »Politik« und »Sport«

Diese beiden Begrifflichkeiten prägen dieses Kapitel. Es war ziemlich schwer geeignete Definitionen zu finden, die in den Zusammenhang passen und Verbin-

dungen aufbauen lassen. Besonders das Wort »Politik« erwies sich als schwer zu fassen. Man kann zur Definition die Deutung von Niklas Luhmann aufgreifen, der formuliert, dass: *»Politik ein autologisches Konzept ist, d.h. er erlangt die von ihm beschriebene Wirklichkeit erst durch sich selbst, und er besitzt somit konstruktive Kraft.«* (Caduff 29.07.2009, 2)

Sport hingegen ist laut Tiedemann *»ein kulturelles Tätigkeitsfeld, in dem Menschen sich freiwillig in eine wirkliche oder auch nur vorgestellte Beziehung zu anderen Menschen begeben mit der bewussten Absicht, ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten insbesondere im Gebiet der Bewegungskunst zu entwickeln und sich mit diesen anderen Menschen nach selbst gesetzten oder übernommenen Regeln zu vergleichen, ohne sie oder sich selbst schädigen zu wollen.«* (Tiedemann 2009, 1)

4.1.2. Bestimmungen des Gesetzgebers

Der Sport, und somit auch Fußball, unterliegen in Deutschland der Gesetzgebung ihrer Länder. Dieser Punkt kann aber nicht so eindeutig übernommen werden. Denn Ereignisse, wie Fußballweltmeister- und Europameisterschaften, sind Angelegenheiten des Bundes und unterliegen seiner Regelung. Im Nachstehenden werden nun die Kompetenzen des Bundes und der Länder näher abgebildet. Wie bereits eben gesagt, unterliegt der Bund *»im Rahmen des Grundgesetzes keiner genauen Aufgabenbeschreibung zur Förderung des Sports«* (Weber/Schnieder/Kortlüke 1995, 225). Weil er aber seine Zuständigkeiten aus allgemeinen Kompetenznormen ableitet, ergeben sich folgende Aufgabenfelder:

- gesamtstaatliche Repräsentation, z.B. Olympische Spiele, Fußball-WM, Fußball-EM

- Beziehungen zum Ausland
- sportliche Entwicklungshilfe
- Förderung von Maßnahmen nichtstaatlicher Organisationen, die für das Bundesgebiet als Ganzes von Bedeutung sind (DSB, NOK)
- ressortzugehörige Funktionen (z.B. Forschungsvorhaben im Bereich Sportstättenbau)

Zudem zählen der Sport von Bundeswehr und Bundesgrenzschutz in den Aufgabenbereich des Bundes. Zuständig für alle Felder ist der Bundesminister für Inneres. Seine Arbeit im Bereich Sport sieht die Förderung des Hochleistungssports, des leistungsbezogenen Behindertensports und internationalen Sportangelegenheiten vor. (Weber/Schnieder/Kortlüke 1995, 226)

Die eigentliche Zuständigkeit unterliegt den Bundesländern (Artikel 30 und Artikel 70 Absatz 1 des GG). Allerdings ergaben sich in den einzelnen Ländern unterschiedliche Strukturen und Organisationsformen, bedingt durch verschiedene historische, regionale und finanzielle Konstellationen.

Tabelle 2: Die Bundesländer und die für den Sport zuständigen Ministerien
siehe Seite 59

Weber/Schnieder/Kortlüke (1995, 233) formulieren vier Schwerpunkte der Sportförderung:

1. Förderung des Sportstättenbaus
2. Förderung des Schul- und Hochschulsports
3. Förderung der Sportorganisationen
4. Förderung besonderer Zielgruppen.

Tabelle 2: Die Bundesländer und die für den Sport zuständigen Ministerien

(aus Weber/Schnieder/Kortlüke 1995, 233)

Bundesland	Ministerium
Baden-Württemberg	Ministerium für Kultus und Sport, wobei der Hochschulsport in der Zuständigkeit des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst liegt
Bayern	Staatsministerium für Unterricht, Kultus, Wissenschaft und Kunst
Berlin	Senatsverwaltung für Schule, Berufsbildung und Sport
Brandenburg	Ministerium für Bildung, Jugend und Sport
Bremen	Senator für Inneres und Sport, wobei der Schulsport im Bereich des Senators für Bildung und Wissenschaft liegt
Hamburg	Senator des Innern, wobei der Schulsport im Bereich des Senators für Schule, Jugend und Berufsbildung liegt
Hessen	Ministerium für Frauen, Arbeit und Sozialordnung, wobei der Schulsport in der Zuständigkeit des Kultusministeriums liegt
Mecklenburg-Vorpommern	Kultusministerium
Niedersachsen	Kultusministerium
Nordrhein-Westfalen	Kultusministerium
Rheinland-Pfalz	Ministerium des Innern und für Sport, wobei der Schulsport in der Zuständigkeit des Kultusministeriums liegt
Saarland	Ministerium für Bildung und Sport
Sachsen	Staatsministerium für Kultus
Sachsen-Anhalt	Kultusministerium
Schleswig-Holstein	Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Kultur und Sport
Thüringen	Staatsministerium für Soziales und Gesundheit, wobei der Schulsport im Bereich d. Kultusministeriums liegt

Dabei verteilen die Länder ihre Gelder über die Kommunen, die sich dann im Einzelnen dieser Bereiche annehmen. Lediglich die Landessportverbände und ihr Pendant im Behindersport erhalten ihre Unterstützung direkt aus den Geldtöpfen ihrer Länder. In den letzten Jahren schaffte es aber ein anderes Phänomen, insbesondere in den neuen Bundesländern, in den Fokus der Öffentlichkeit. Fußballvereine, die Probleme in der Einhaltung ihrer Lizenzvorschriften sahen, konnten auf Kredite ihrer Länder hoffen und somit mit der Erhaltung ihrer Teams in den jeweiligen Ligen rechnen. Ein Beispiel ist der F.C. Hansa Rostock, der nach dem Abstieg in die 2. Bundesliga (2005) sich im zweiten Jahr im Unterhaus dieser Gefahr entgegen sah. Die Hansestadt Rostock konnte keine weitere Unterstützung gewähren und auch die Option auf finanzielle Hilfe von neuen Sponsoren bestand nicht. Mithilfe einer Landesbürgschaft hätte der Verbleib in der Liga gesichert werden können. Der Verein konnte, dank der finanziellen Unterstützung durch einen Sponsor, dann aber doch auf die Bürgschaft verzichten und musste den Länderhaushalt nicht zusätzlich belasten.

4.1.3. Das Verhältnis von Sport und Politik

Nachdem die Begriffe Sport und Politik bereits in 4.1.1. näher erläutert wurden, soll es nun um Berührungspunkte der beiden Systeme gehen. Der Begriff Sport existiert in zweierlei Hinsicht. Zum einen steht er für ein unpolitisches Tätigkeitssystem, bei dem es um die unmittelbare körperliche Betätigung geht, die nach bestimmten Regeln abläuft. Zum anderen meint Sport als institutionelles System »die Gesamtheit gesellschaftlicher Träger des Sports, seiner Organisationen und ihre Verflechtungen mit anderen gesellschaftlichen und staatlichen Institutionen.« (Lösche 2002, 46) In diesem Fall trägt der Sport einen politischen Charakter. Lösche führt weiter aus, dass das Verhältnis von Politik und Sport im Wesentlichen

durch drei Begriffe charakterisiert werden kann:

1. »Autonomie«: Sport organisiert sich selbst
2. »Subsidiarität«: Staat greift nur ein, wenn Unterstützung von Nöten ist, um Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten
3. »Partnerschaft«: Art der Zusammenarbeit zwischen Staat und Sport

Allerdings hält Lösche diese Darstellung noch für zu oberflächlich. So differenziert er weiter, dass »Sport« mehr als nur der vereins- und verbandsmäßig organisierte Sport ist. Er zählt auch die Sport- und Freizeitindustrie hinzu.

Im Punkt Autonomie berücksichtigt Lösche den Fakt, dass der organisierte Sport von den finanziellen Leistungen des Staats abhängig ist. Sportstätten sind oftmals im Besitz der Kommunen und werden auch von jenen verwaltet. Hier ist ein klarer Widerspruch zum Unabhängigkeitsgedanken des Sports zu erkennen. In der Bundesrepublik gewährt der Staat in Notsituationen zudem schnell finanzielle Hilfe. Dies geschieht aus zwei Gründen; zunächst ist Deutschland ein Sozialstaat und des Weiteren lassen sich durch solche Hilfestellungen im Verein Wählerstimmen generieren. (Vgl. Lösche 2005, 48)

Eine klare Charakterisierung ist somit nicht ohne weiteres möglich. Die Grenzen verschwimmen oftmals, dies ist aber auch sportartenspezifisch.

Im Beispiel Fußball sorgt der Staat auf internationaler Ebene für den Erhalt seines Teams. Für Europa- und Weltmeisterschaften werden zusätzlicher Gelder bereit gestellt, um den reibungslosen Ablauf dieses Wettkampfs zu gewährleisten. Der Staat unterstützt auch andere Sportarten, allerdings nicht in dieser hohen finanziellen Form.

Daraus ergeben sich für den Bund weitere Vorteile. Belastet der Staat seinen Haushalt für eine Sportart, führt das zu einer Art Druck, die der Staat dann nutzen kann, um Maßnahmen, wie zum Beispiel Bestimmungen zur Doping-Bekämpfung, durch-

zusetzen.

Sport und Politik bauen sich so gegenseitig Machtressourcen auf. Die Mitgliedschaft in unterschiedlichen Vereinen kann Wählerstimmen einbringen, zumindest auf kommunaler oder regionaler Ebene. So war der ehemalige Präsident des VfB Stuttgart ein einflussreicher CDU-Politiker in Baden-Württemberg. Auf der anderen Seite wächst die Gefahr, dass Erfolge in finanzieller Hinsicht vielleicht auf dem Rücken der Politik ausgetragen werden. Nicht selten kam es zu Korruptionsvorwürfen, weil andere Vereine glauben, benachteiligt zu werden. (Vgl. Lösche 2002, 57) Diesem Phänomen kann jedoch nur schwer vorgebeugt werden, denn Sport ist in allen Teilen der Gesellschaft verankert, so auch bei Politikern.

Güldenpfennig gestaltet einen anderen Ansatz. Er sieht den Sport als ein institutionelles System. *»Als solches aber hat er einen prinzipiellen politischen Charakter, insofern er in seinen inneren und äußeren Bedingungen der Gestaltung mit Hilfe von politischen Instrumenten und Strategien bedarf.«* (Güldenpfennig 2002, 72)

Daraus schlussfolgert der Autor zwei mögliche Formen von Sportpolitik, die direkte und die indirekte Sportpolitik:

»Die direkte Sportpolitik umfasst dann das Handeln politischer Kräfte innerhalb und außerhalb des Sports, das sich direkt auf die politischen, rechtlichen, ökonomischen, sozialen und organisatorisch-administrativen Voraussetzungen sportlichen Handels richtet. (...) Die indirekte Sportpolitik bezeichnet dann das Handeln politischer Kräfte außerhalb des Sports, das sich auf allgemeine außersportlich-gesellschaftliche Sachverhalte richtet, von denen bestimmende Einflüsse auch auf die Sportentwicklung als zumeist unbeabsichtigter Nebeneffekt ausgehen.« (Güldenpfennig 2002, 73)

Doch die Beziehung von Sport und Politik ist nicht nur einseitig zu betrachten. So greift die Politik auf unterschiedlichste Weise in den Sport ein. Die Initiative kommt auch von Seiten des Sports.

Auf diese Weise nutzen Politiker Sport, hierbei besonders Fußball, zu gern als Metapher für ihre Reden und Medienauftritte. Klein et al erläutert: *»... Ob Politiker,*

Journalisten, Wirtschaftsbosse, Literaten oder Wissenschaftler, sie alle benutzen gern die Begriffe des Fußballs, um Handeln von und in Gruppen zu markieren und Gemeinschaften zu evozieren.« (Klein/Meuser 2008, 7)

Das Einsetzen dieser literarischen Stilfigur verhilft den Politikern zusätzlich bei dem Gewinnen von Wählerstimmen besonders bei Fußballfans: *»... Vertreter der politischen Klassen nutzen den Fußball im Kampf um die Gunst der Wähler und setzen medienwirksam ihre Verbundenheit mit dem Bangen und Hoffen der Fußballfans in Szene.*« (Klein/Meuser 2008, 7)

Die negative Seite, die Politik dem Fußball und dem Sport im Allgemeinen einbringen kann, ist die Verknüpfung von politischer Denkweise und der Fanszene. In vielen Stadien, verteilt über ganz Deutschland, existieren Fangruppen, die sich über den Fußball hinaus politisch engagieren. Neben der Unterstützung ihres favorisierten Teams machen sie auch durch politische Parolen auf sich aufmerksam. Im schlimmsten Fall sind es rechtsradikale Parolen, die den Sport negativ färben und eine klare Trennung von Politik und Sport fördern sollten. Klein/Meuser sagt:

»... Fußball ist auch ein Kristallisationspunkt sozialer Kämpfe, Austragungsort von Gewalt und Präsentationsraum für neofaschistische Gruppen.« (Klein/Meuser 2008, 8)

So kam es in den letzten Jahren immer wieder zu Ausschreitungen von Fans, die weniger mit dem Fußball zu tun hatten. Als Beispiel sind Spiele des FC St. Pauli (als linksgerichtete Fangruppe bekannt) gegen den Chemnitzer FC (Fans werden der rechten Szene zugeordnet) zu nennen. Beim Aufeinandertreffen beider Mannschaften war der Hamburger Stadtteil in zwei Lager getrennt worden, um ein Zusammenstoß beider Fangruppen zu vermeiden. Eine große Menge an polizeilichem Geschütz (Hundertschaften, Wasserwerfer etc.) schützten andere Fans und die rivalisierenden Fangruppen. Dieser politische Charakter ist unschön und führt immer wieder zu Diskussionen.

4.1.4. Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Politik und Sport

Abseits aller Berührungspunkte wird in diesem Abschnitt ein Vergleich offensichtlicher Gemeinsamkeiten und Unterschiede angestrebt. Diese werden im Folgenden kurz dargestellt und im nächsten Absatz zur Untersuchung des Dreiecks Politik, Fußball und Medien hinzu gezogen.

Dem Fußballspiel und der Politik sind die realen Ereignisse, die sie produzieren, gleich. Beim Fußball treten jeweils zwei Teams gegeneinander an, in der Politik ringen mehrere Parteien um den Wahlsieg. Dabei ist der Ausgang dieser „Duelle“ offen, auch wenn die Medien im Vorfeld versuchen, eine gewisse Erwartungshaltung, und somit ein Ergebnis, zu prägen. Nach dem Ende des »Wettkampfs« stehen Sieger und Verlierer unmittelbar fest. Allerdings sind die Konsequenzen des Ausgangs dieser »Partien« für die Politik deutlicher zu spüren. (Vgl. Schauerte 2006, 42 ff.) Der errungene Sieg hingegen ist größer und bringt längeren Erfolg mit sich, die Niederlage im politischen Positionskampf sitzt tiefer und führt zuweilen zum Aus einer politischen Karriere (Bsp.: Gerhard Schröder nach der Niederlage gegen Angela Merkel bei den vorgezogenen Bundestagswahlen 2005).

Güldenpfennig formuliert den offensichtlichen Unterschied folgendermaßen:

»... Sporttreiben ist eine Tätigkeit, die materielle und institutionelle Umwelten nicht zu verändern anstrebt – Politik hingegen ist gerade auf solche Veränderungen gerichtet. Sporttreiben vollzieht sich in Form des Wettkampfes in einem lediglich symbolischen, künstlich und alleine zum Zweck seiner Austragung erzeugten Konflikt – Politik hingegen ist ein realer Machtkampf zwischen gegebenen gegensätzlichen Interessen und mit realen und zwingenden Konsequenzen von allgemeiner Gültigkeit.« (Güldenpfennig 2002, 72)

Gemeinsamkeiten und Unterschiede ergeben sich so allein aus dem Wettkampf, der beiden Wesen zu Grunde liegt.

Wie sich dieses Aufeinandertreffen gestaltet, wird im nächsten Abschnitt ausführlicher dargestellt.

4.1.5. Das Dreieck: Politik, Fußball und die Medien

In diesem Abschnitt wird kurz thematisiert, inwiefern die drei Wesen zusammen kommen und entsprechend agieren. Hierbei ist davon auszugehen, dass ihr Aufeinandertreffen durch die Medien dargestellt wird. Das heißt, die Medien nehmen alleine die Stellung der Präsentation ein, Fußball und Politik füllen diese dann mit Inhalt.

Durch die Anwesenheit der Medien wird der Inhalt von Fußball und Politik verändert: *»Die Menschen verhalten sich anders, Referenten geben sich anders, Gäste machen ihre Präsenz von der Anwesenheit des Mediums Fernsehen abhängig. Nicht nur Sponsoren, auch Politiker, in Einzelfällen auch Wissenschaftler.«* (Hackforth 1999, 46) Der Autor spielt auf die wichtige Rolle der Medien an, die ein Ereignis, ob politischer oder sportlicher Natur, manchmal erst zur Nachricht machen. Dabei kann eine Veranstaltung zuvor zur wichtigen oder unwichtigen Information werden. Die Nachrichtenwerttheorie hat dies zuletzt häufig beweisen können. Entspricht das Ereignis einer dieser Faktoren (z.B. Überraschung, Negativität etc.), wird es zur Nachricht oder eben nicht.

Bruns/Schierl fügen an, *»... dass die Massenmedien für beide gesellschaftlichen Teilbereiche ein Bühne darstellen, die die Leistungsfähigkeit von Sport und Politik für die Gesellschaft erheblich stärken, wenn nicht gar erst möglichen machen.«*

(Bruns/Schierl 2006, 151)

Die Verfasser untersuchen weiter die Merkmale politischer Berichterstattung und stellen heraus, dass sich diesbezüglich Ähnlichkeiten zum Sport erkennen lassen. *»Das wichtigste Merkmal politischer Berichterstattung ist die Personalisierung von Politik. (...) Auch im Sport werden zunehmend Personalisierungsstrategien beobach-*

tet... « (Bruns/Schierl 2006, 152 f.) Der Konsument erhält die vereinfachte Version, muss nicht länger politische Prozesse verdauen, sondern sieht die handelnde Person und das Ergebnis. Beim Sport sind die Hintergründe anders, doch das Ergebnis ist vergleichbar. Im Fußball sind einzelne Stars meist das Zugpferd ihrer Teams. Mit Hilfe der Medien lassen sich Sponsoren generieren und es ergibt sich eine gute Position auf dem Transfermarkt. (Vgl. Bruns/Schierl 2006, 152 f.)

Die Medien beschreiten bei den Themen Politik und Fußball ähnliche Wege. Dies ist möglich, da sich beide Bereiche verwandter Hintergründe beziehen, bezugnehmend auf das ständige Aufeinandertreffen gegnerischer Parteien bzw. Mannschaften. So sind beide ähnlich dramatisch und können von unabhängigen Experten kommentiert werden. (Vgl. Schauerte 2006, 42)

Die mediale Aufarbeitung politischer und sportlicher Ereignisse kann somit nahezu identisch sein:

Demnach finden sich zunächst die Kandidaten für entsprechende Wettkämpfe. Die Medien nehmen diese wahr und stimmen ihre Berichterstattung auf sie ab. Bis zur Entscheidung (Bundestagswahl, Weltmeisterschaften) gibt es »Test-Wettkämpfe«, aus denen sich Prognosen und Formkurven ableiten lassen. In der Politik und im Sport wird der Erfolg durch die Vorbereitung ermöglicht. Je nachdem wie diese Vorbereitungsphase aussieht, ergibt sich eine gewisse Erwartungshaltung beim Rezipienten. Der kann mit Unterstützung der Medien Favoriten und Außenseiter ausmachen. Der einzige Nachteil, der dadurch entsteht, ist das schrumpfende Interesse am Ereignis. Die Beachtung der beteiligten Personen hingegen nimmt zu. Dies kann zur Realitätsverzerrung führen, Idole schaffen und Informationen »privatisieren«.

(Vgl. Schauerte 2006, 44 ff.)

Das Dreieck agiert somit zusammen, wenn sich Politiker auf sportlichem Terrain bewegen. Anders herum funktioniert das Dreieck aber nur eingeschränkt, da Sportler für die mediale Betrachtung in der Politik selten eine Rolle spielen. Mitunter agieren sie in politischer Mission (Wahlkampf, sportpolitische Gruppen etc.).

Im weiteren Verlauf dieses Kapitels werden weitere Berührungspunkte aufgegriffen und erläutert. Dies geschieht vor allem unter dem Gesichtspunkt, Vorteile für die einzelnen Bereiche, die sich aus der Zusammenarbeit ergeben, darzustellen.

4.2. positive Interdependenzen zur WM 2006

Nachdem im vorangegangenen Abschnitt die Wechselwirkungen zwischen Politik, Sport (insbesondere Fußball) und den Medien beschrieben wurden, soll es nun um spezielle Abhängigkeiten der drei Bereiche gehen. Diese beziehen sich auf den Zeitraum der Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Dabei werden die positiven Auswirkungen für jeden einzelnen Bereich heraus kristallisiert.

4.2.1. Vorteile Fußball zur WM 2006

Im Bereich Fußball gibt es viele eindeutige Vorteile, die sich mit der Austragung der Weltmeisterschaft ergeben haben. Die ganze sportliche Aufmerksamkeit gehörte dem Fußball. Keine andere Sportart war so präsent, obwohl zeitgleich beispielsweise Wimbledon und die Tour de France stattfanden. Die Welt richtete ihr Augenmerk auf den Fußball und davon konnte gerade der deutsche Fußball profitieren. Die deutsche Mannschaft kam gut ins Turnier und erspielte sich eine gute Ausgangsposition für die Runde der letzten 16 Mannschaften. Das Interesse in der Bevölkerung wuchs stetig an und durch die Anstoßzeiten, die in die Abendstunden gelegt wurden, konnten noch mehr Zuschauer generiert werden. Die Woge der Begeisterung schwappte soweit, dass mit dieser auch Geld zu verdienen war (z.B. Eintrittskarten, Fanartikel etc.).

Der Fußball entfaltete ein Unterhaltungspotential, das mit Hilfe der Medien zur Geltung kam. Aus der Dramatik des Spiels ließen sich Helden formen und ein neues Nationalgefühl gestalten. Zudem wurde über die Spiele Emotionalität transportiert. Dieses Gefühl ließ Fußball zum Überbringer eines »Wir-Gefühls« werden. Ob und in wie fern sich diese Gefühle auf die Mitgliedschaften in Vereinen ausgewirkt hat, soll hier nicht weiter behandelt werden. Dazu fehlen aktuelle Untersuchungen, die belegen, dass die Steigerung der Mitgliederzahlen wirklich durch die WM ausgelöst wurde. Hier besteht noch Forschungsbedarf.

Das „Sommermärchen“ brachte dem Fußball Unterstützer in allen Bereichen der Gesellschaft ein, sodass dem Fußball die Stellung als »unsubstituierbare« Sportart erhalten bleibt. Diese besagt, dass alle Spiele, die von solch großem Interesse zeugen, weiterhin auch im »Free-TV« übertragen werden müssen. (Vgl. Schutzliste der Ministerpräsidenten der Länder)

Von dieser Abmachung profitiert aber nicht nur der Fußball.

4.2.2. Vorteile Medien zur WM 2006

Auch im weiten Bereich der Medien sind positive Auswirkungen spürbar. Die »Free-TV«-Sender erhalten ebenfalls einen Anteil. Durch die Sicherung der Übertragung profitiert zumindest die Rundfunkbranche.

Das heißt, dass sie auch weiterhin viel Einfluss nehmen kann. So sind Anstoßzeiten regulierbar und für einen großen Empfangsbereich auslegbar. Diesem Umstand folgen dann nicht nur hohe Einschaltquoten, sondern auch finanzielle Einnahmen. Werbepartner investieren viel, um ihren Platz in der Übertragung zu finden. Das Medium Fernsehen erarbeitet durch seine Übertragungsformen zusätzlich neue Möglichkeiten, den Zuschauer für den Fußball zu sensibilisieren. Dazu zählen umfangreiche Berichterstattungen (Vor- und Nachberichterstattung), Interviews mit Spielern, Trainer und Verantwortlichen, genauso wie die Einbringung von interak-

tiven Zuschauervotings und Meinungen. Das Publikum wird Teil der Übertragung, fühlt sich involviert und animiert.

Auch die Printmedien konnten eine positive Bilanz ziehen. So druckten Tageszeitungen Sonderhefte, die Hintergrundinformationen, Rückblicke und Ausblicke beinhalteten. Der Leser bekam die Möglichkeit, noch mehr Informationen zu sammeln, um sein Wissen stetig zu erweitern. Auch Fachzeitschriften profitierten von der WM 2006. Magazine, wie »RUND« und »11 Freunde« fanden eine große Anzahl von Abnehmern. Die Zeitschrift »11 Freunde« hat noch heute eine Auflage von 107.667 Exemplaren (Vgl. Vorjahre s. mediadaten 29.07.2009, 3).

Die wohl positivsten Auswirkungen konnte jedoch die Politik vernehmen. Die gute Stimmung im Land übertrug sich auch auf die neue politische Führung.

4.2.3. Vorteile Politik zur WM 2006

Der Titel »Fußball-Kanzlerin« wird Angela Merkel wohl noch länger anhängen. Denn selbst, wenn die Bundestagswahl im Herbst 2009 für sie verloren geht, werden es ihre Bilder sein, die Fußball-Deutschland 2010 wieder erwecken. Eine Politikerin, die zum einen als Frau, zum anderen in ihrer Position, derart mitfiebert, gab es in Deutschland bis dahin noch nicht zu sehen. Die Kanzlerin als Fan, die Kanzlerin als eine von vielen, Bilder, die Deutschland positiv stimmten.

Doch nicht nur die Kanzlerin zog Vorteile aus der WM 2006. Die Politik im Allgemeinen konnte sich über den Status des Gastgeberlandes neu aufstellen und profilieren. Denn nur durch die Unterstützung der Politik waren Sonderereignisse wie Public Viewing erst möglich geworden.

Die Politik schaltete sich von Anfang an in die Umsetzung mit ein. Sie wusste, dass die mediale Aufmerksamkeit weltweit sehr groß sein wird und sich so ein neues Bild vom wiedervereinten Deutschland schaffen ließ. Zudem investierte die Poli-

tik in Gremien, die sich um Stadionbauten, Infrastruktur und Tourismus bemühte. Diese vergaben natürlich auch Gelder, um entsprechende Vorhaben zu finanzieren. Als »Land der Ideen« wollte man sich zudem mit einem großen Kunst- und Kulturprogramm präsentieren, dass über die Länder und Städte verteilt wurde. (Vgl. Schulke 2007, 53 f.) Insgesamt bot Deutschland eine positive Darbietung. Die Politik, als stiller Vorbereiter, zeigte sich eins mit den Anhängern ihres Landes und verwies gleichzeitig auf die Vorteile (Tourismus, Wirtschaft, Ausbildungsstandort) des Staates.

Dies stimmte nicht nur Besucher und Beobachter positiv, sondern ließ auch die Stimmung im eigenen Land steigen. Man kann sagen, dass die Politik zur Zeit der WM eine Nebenrolle einnahm, und dass bestehende Probleme verschoben wurden oder gar unbeachtet blieben. Dass dieser Vorteil entstehen konnte, ist wiederum den Medien zu verdanken, die wie in der Untersuchung bestätigt, dem Fußball mehr Platz einräumte.

4.3. Wie wurden diese Vorteile medial dargestellt?

Die Aussagen in diesem Absatz ergeben sich aus den Ergebnissen der Untersuchung im 3. Kapitel. Deshalb sind auch diese nicht ohne weiteres zu übernehmen, sondern sollten ebenfalls kritisch hinterfragt werden.

Für die Sportart Fußball war die Weltmeisterschaft ein großer medialer Erfolg. Alle Spiele der deutschen Mannschaft wurden live übertragen. Neu dabei waren allerdings die Public Viewing Möglichkeiten. Die Zuschauer nutzten die Gelegenheit, sich Fußballspiele in einer großen Gemeinschaft anzuschauen.

Wie im vorherigen Kapitel aufgezeigt, befassten sich die Printmedien ausgiebig mit der Fußball-Weltmeisterschaft. Der Anteil der Fußballberichterstattung stieg im Vergleich zum Vorjahr deutlich an. Fußball war medial gut aufgestellt und stieß besonders im Bereich der Printmedien auf reges Interesse. Informationen über die

Partien, aber auch zu den Begleiterscheinungen der WM waren gefragt, sodass die Tageszeitungen auch Berichte über die Stimmung und andere Zusammenhänge mit der WM darlegten.

So beinhaltete jedes WM-Extra der Süddeutschen Zeitung auch eine Seite zum Thema »WM 2006 Politik und Wirtschaft«. Auch in den beiden anderen Zeitungen gab es teilweise Vermischungen der Bereiche Fußball und Politik. So erzeugten die Printmedien einen positiven Effekt für die Politik. Durch die Auftritte der Politiker bei den Spielen und die Berichte der Medien darüber, wurde beim Rezipienten eine positiv besetzte Stimmung zum Thema Politik hervorgerufen. Die Vertreter der Politik traten nicht als diese auf, sondern gaben sich als Fußballfans und so dem allgemeinen Volkssinn hin.

Durch die umfangreiche Berichterstattung zum Thema Fußball-WM gerieten politische Streitfragen (z.B. Mehrwertsteuererhöhung) in den Hintergrund. Keine der Zeitungen befasste sich im Untersuchungszeitraum mit der Thematik auf dem Titelblatt. Das Hauptaugenmerk lag auf der Fußballberichterstattung.

4.4. Zusammenführung der Untersuchungsergebnisse bezogen auf Fußball, Politik und Medien

Insgesamt ist festzustellen, dass alle drei Systeme im Einflussbereich der Fußballweltmeisterschaft standen. An erster Stelle ist sicher der Fußball, doch Medien und Politik schließen sich nahtlos an und nutzen die Tage der WM ebenfalls, um für ihren Bereich Vorteile zu erarbeiten.

In der Untersuchung hat sich gezeigt, dass Fußball, Politik und Medien meist untrennbar voneinander agieren. Das Zusammenwirken von Fußball und Medien ist jedoch noch größer als die gegenseitige Einflussnahme bei Politik und Fußball. Solche Großereignisse schaffen jedoch ausreichend Möglichkeiten, gemeinsam an- und aufzutreten. Auch wenn die Berichterstattung über das Thema Politik in den

Tagen der WM hinter dem Umfang der Berichterstattung für Fußball lag, konnten Politiker über die Medien positiv inszenieren.

Die Herausforderung, sich den aktuellen Geschehnissen anzupassen, haben die Medien dankbar angenommen. Sie passten ihre Berichterstattung der WM an und legten trotzdem Wert darauf andere Themen nicht völlig aus dem Fokus zu nehmen. Somit können Fußball, Politik und Medien eine positive Bilanz der Weltmeisterschaft im eigenen Land ziehen.

DISKUSSION DER ERGEBNISSE

Fußball, Politik und Medien sind sehr eng miteinander vernetzt. Kein System kommt mehr ohne mindestens eines der Anderen aus. Diesen Fakt kann die Arbeit untermauern. Nachdem zunächst erste Berührungspunkte von Fußball und Medien aufgegriffen worden sind, wird im Anschluss aufgezeigt, in wie fern beide Bereiche heutzutage agieren. Die Untersuchung im dritten Kapitel befasst sich dann ausführlich mit der Fragestellung und kann deutlich urteilen, dass Fußball über den Zeitraum der Weltmeisterschaft den größten Anteil der alltäglichen Berichterstattung einnahm.

Dass alle drei Bereiche voneinander profitieren können, speziell zu sportlichen Großereignissen wie Welt- und Europameisterschaften oder Olympischen Spielen, ist ebenfalls durch die Analyse belegt worden. Für die Medien wird eine Fülle an Informationen produziert, die dann für den Rezipienten aufbereitet werden können. Da die Politik, wie in Kapitel 4 dargestellt, großen Einfluss im Bereich Sport ausüben kann, ist die mediale Platzierung des Themas Politik im Fußball gut möglich. In wie weit Fußball, Politik und Medien miteinander wirken wollen, ist hingegen nur wenig beleuchtet. Zu dieser Thematik gibt es nur wenige Ausführungen, sodass in diesem Feld großer Forschungsbedarf besteht. Denn wie sich Verbindungen vermischen und welche Folgen das für das jeweilige System hat, ist nicht hinlänglich bekannt.

Auch für die tatsächliche Aussagekraft des Fußballs zu Großereignissen ist nur eine Tendenz entwickelt worden. Die Untersuchungsergebnisse müssen mit Vorsicht aufgenommen werden. Im Bereich des Zusammenwirkens von allen drei Systemen ist ebenfalls ein großer Bedarf an weiteren Analysen zu vermerken. Deshalb soll eine eingeschränkte Aussage zum Ende dieser Arbeit getroffen werden.

Die drei Systeme sind im großen Maße von einander abhängig. Der Untersuchung zu Folge entscheiden die Medien, welche Nachricht in der Berichterstattung wann

und wo platziert wird. Weil die Medien entschieden haben, dass Fußball während der WM die wichtigsten Informationen produzierte, war dieser enorme Anstieg, der sich u.a. in einer starken Erhöhung der Seitenzahlen belegen lassen kann, zu begründen. Politik hatte bei dieser Entscheidung zwar an Informationsfülle eingebüßt, ist jedoch nicht vollständig vom Sport verdrängt worden.

Fußball bestimmte, so zeigt es zumindest die Analyse, zur Zeit der WM den Alltag der Printmedien. Das Thema Politik spielte trotzdem eine tragende Rolle, sodass die Fragestellung dieser Arbeit mit einem eingeschränkten »Ja« beantwortet werden kann.

3:0 gegen Ecuador! Jetzt putzen wir auch Schweden

Salto-Siege

Mittwoch 14.25h
21. Juni 2006 0,50 €



Bild
UNABHÄNGIG · ÜBERPARTeilICH
HAMBURG
www.bild.de Leser-Telefon 040 / 34 72 49 21



Deutschland idox 14.25h

Äußerst günstig!



Neuralgin
Schmerztabletten 30 Tabletten 3,79 €

Hartz IV-Mißbrauch 35 Millionen Euro zuviel gezahlt!

Hamburg. Die Bundesagentur für Arbeit hat festgestellt, dass in 22 000 Fällen zu viel Geld ausbezahlt wurde. Die Bundesagentur für Arbeit hat festgestellt, dass in 22 000 Fällen zu viel Geld ausbezahlt wurde. Die Bundesagentur für Arbeit hat festgestellt, dass in 22 000 Fällen zu viel Geld ausbezahlt wurde.

Warnung vor Computer-Wurm 'Soccer.A'

München. Haben Sie in den letzten Tagen eine englischsprachige E-Mail bekommen, in der Sie aufgefordert werden, bei der Auflösung eines Hochpreisspiels zu helfen? Dann ist das ein Warnzeichen für den Computer-Wurm 'Soccer.A'.

Noch 9 Tage

Für alle Opel Modelle gilt:
**Keine Zinsen.
Keine Anzahlung.**

z. B. Opel Astra ab **189 €**
im Monat leasen

TV-STAR BIRGIT SCHROWANGE

Liebes-Aus!



Von DANIEL KREMER
Wieder ist die 40-jährige Schrowange in die Schlagzeilen gekommen. Nach ihrer Scheidung von ihrem Mann hat sie sich mit dem 35-jährigen Schauspieler Christian Kohn (Lili Finckh) verlobt.

Terrorchef schneidet US-Soldaten Kehle durch



Bagdad. Eine am Donnerstag in der US-amerikanischen Zeitung 'The New York Times' veröffentlichte Reportage über den Terrorchef Osama bin Laden hat weltweit Aufsehen erregt. Der Chef der al-Qaida ist nach Angaben der US-Regierung in der Stadt Bagdad getötet worden.

Warnung vor Computer-Wurm 'Soccer.A'

München. Haben Sie in den letzten Tagen eine englischsprachige E-Mail bekommen, in der Sie aufgefordert werden, bei der Auflösung eines Hochpreisspiels zu helfen? Dann ist das ein Warnzeichen für den Computer-Wurm 'Soccer.A'.

NACHRICHTEN

Post darf Porto erhöhen
Frankfurt. Die Deutsche Post hat die Preise für Briefe und Pakete um bis zu 10 Prozent erhöhen dürfen.

70 000 Ärzte vor Streik
Berlin. Eine Woche nach Ende des Streiks der Uniklinikärzte haben die 70 000 Ärzte der kommunalen Krankenhäuser einen Streik angekündigt.

Schlagzeile für E.ON
Düsseldorf. Der Energiekonzern E.ON hat die Lieferung von Erdgas zwischen London und Berlin verbieten lassen.

Citibank Sofortkredit
Unkompliziert, günstig und flexibel.
Effekt Zins

3,49% p.a.

www.citibank.de
oder 0800 - 1009 49 91

citibank
Your Partner

Daniela will Leidenschaft!

Statt Problemen will sie sich dem Leben hingeben. Daniela will Leidenschaft! Sie ist eine junge Frau, die das Leben in vollen Zügen genießen möchte. Sie ist eine junge Frau, die das Leben in vollen Zügen genießen möchte.

WETTE DES TAGES

NIEDERLANDE - ARGENTINIEN

1 3.40 0 3.20 2 2.10

30 EURO WM-BONUS! JETZT WETTEN.
www.betandwin.de/wm

betandwin

Überraschende Mittelmeer-Atmosphäre

In Deutschland macht sich WM-Fieber breit - Wie die Wege der Begierterung das ganze Land heftigt

WILL,
SPLITER

[illegible][illegible]

er österreichische Bundeskanzler
bilingue Schüssel hält der Fuß
an vormaliger Minister der Deut-
sch und hat sich ein „Selbstverständnis“
hat“, sagte er der „Bild am Sonn-
tag“. Die österreichische Mann-
schaft hat sich ja leider nicht
verfügt.“ Die Leistung der Deut-
chen im Aufstiegspreis gegen Costa
ca bewertete Schüssel positiv,
wenn die deutsche Mannschaft in
seinem Lauf hineinkommt, wenn eine
solche Energie entsteht und das
bikuum mitseht, kann das Kins-
en Team sehr weit kommen“, sag-
te er. „Dann ist auf jeden Fall das
bikuum drin.“ AP

ch dem WM Vorrundenspiel zwischen den Mannschaften von England und Paraguay (1:0) hat es am Montagabend eine Sicherheitspanik im Frankfurter WM Stadion gegeben. Zwei englische Fans hatten sich ritzt zum Innenraum verschafft und es durch den Spielerunnel in die schließlich für Medienvertreter klassierte Mixed Zone gelangt; dort wurde das Duo von Ordnern teilt und aus dem gesperrten Bereich geleitet. Zum Zeitpunkt des Vorfalls befand sich der englische Stürmer William nebenan in der Kabine "Three Lions". dpa

jälle haben am Samstagabend ankurf dazu beigetragen, heikle ationen mit englischen Fans zu chärfen. Auf dem zentralen Platz rberg gelang es einem „Comica- der Frankfurter Polizei einem spontan begonnenen „eine Auseinandersetzung zwi- den Fans und den Ordnungs- zu vermeiden. Auch auf den Benbahnhöfen vor dem stbahnhof klickten in der Nacht inglischen Fans in Bierlaune, so bis 4.00 Uhr morgens dort keine en fahren konnten. dpa

auf friedlich und fröhlich haben die Fans aus Mexiko und dem Iran Sonntag in Nürnberg auf dem Rasen im Franken-Stadion eingebracht. WM-Koordinator Peter Murr berichtete sogar von nächtlichen Verbrüderungsszenen auf dem Markt. Animierte von den städtischen Gastgeberinnen hätten Fans die Länder gegen Mitternacht gemeinsam die Bühne bestiegen und Nationalflaggen ausgetauscht. Die mexikanischen Fans spielten ab 3.00 Uhr morgens friedlich auf dem Hauptmarkt. Schon gegen Vormittag warteten sie mit Somberröser bei strahlendem Sonnenschein darauf, dass die Bier- ihre Pforten öffneten. Das

flisches Flair bei der Fußball-WM ankund. Am Main: Prinz William stürmte sich den 1:0-Erfolg englischen Nationalmannschaft. Seit letzter, Paraguay im Stadthaus. Der 23-jährige Sohn von Prinz Charles, der als ident der englischen Football Association (FA) nach Deutschland traf danach bei einem Empfang Ministerpräsidenten Roland

3

! Buchdrucker! Maerke sind nur
schon - und feldbühnenreicht
! Damit die fremden Maerke in
! Buchdrucker werden der vier Maer-
! ken sein für einander, dürfen
! die fünf 2. Jahr einstellungsver-
! den fernerhin stehen: Der Ober-
! schenken werden auch, die
! die auf dem Buchdrucke zu ver-
! den, allerdings sind auch die
! seine Buchdrucke (jederzeit)
! die nicht zwischen dem Buch-
! druck zu stehen! Jeder der
! den Buchdruck hat nicht in
! die Maerke

22

第 5 步 训练: 训练模型, 使用训练数据, 得到模型参数。

Die Weltmannen, Berlin, Weinberg. Eine Wellenmaschine hat, angeblich fünfzig Millionen gestrichelt, auch selbst durch ein elektrisches System. Jetzt schreit lauthals noch nach der Sonne hin, daß sie nicht so hell sein soll, wie sie wirklich gewesen durch das strahlende Wasser empfindlich gegen das englische Kaptein David Buchan, der im Jahre 1864 nach Brasilien abfuhr, um die dortigen Verhältnisse zu untersuchen. Die Hitze hat seine schlechte zweite Halbzeit verursacht. Frank Lampard, Torwart Robinson und Trainer Eriksson assistierten mit dem Argentinier Hernan Crespo über die plötzlichen Temperaturschwünge in Deutschland.

Was treibt den Deutschen heute so sehr in die Tropen? Ist das ein sonntägliche Zuge, aber doch keine mitteleuropäische Atmosphäre? Die Frohlichkeit und die euphorische Stimmung im Land haben gleich die ganze Welt ergründet. Wie gefällt da der Erde?

Ja, wo bleibt er? Die Weltmeisterchaft ist ein Fest des Klischeewandels. Die letzten Wochen wurde etwas marktreisierisch über Patriotismus gestritten. Schon die WM-Eröffnung in München hat gezeigt, daß in Deutschland ein neues Nationalgefühl aus selbstverständlichkeit ist. Je mehr Top-Mannschaften sich melden, um so glänzender steht der deutsche 4-2-Nagel gegen Costa Rica, egal, ob die Abwehr so offen wie das Brandenburger Tor. Die Wärmekurve, die Fringe-Skala und die Schneestiege-Temperaturen zeigen alle nach oben.

Und die Reflektion ist gegent-
über Jürgen Klinsmann total ge-
nau in Berlin auf und richtete
sich eben einen Dank der Mann-
schaft aus. „Doch Unterstützung,
viel besser als das, was ich in
die Fahren im Land hatten die
überall nicht erwartet. 2002 bei
WM in Japan, als Deutschland
auf einmal sehr Kopf von der
das Team weil weit von dieser
„Burg, „Patriotismus“ viel
Bund und Team, die die
Bund und war selber ganz
aus. Dann ergreif der 23jäh-
Christoph Metzelder das Wort
legte nach. Vier Dinge brau-
das Team für den Erfolg: eine
Vorbereitung, Glück, Team-
geist und das, was ich nicht
wurde, das ein Nationalist
nicht sofort den Verstand auf-
fügte er hinzu: „Wir brau-
diesen Patriotismus, der uns
den Mangel an Qualität hin-

Wiese Wege der Begeisterung, jetzt durch Deutschland rollt, ist nicht bloß die Mannschaft ügeln, sondern vielleicht auch Land. Irgendwo müssen die Fahren, die jetzt aus den Stern hängen und in den Geschwinkt werden, ja bleiben. Die Identifikation mit dem hat eine neue Qualität der undheit – sonst wären die so überall in der Republik zu gesteckt voll. Wir erinnern das Tragen von schwarzroten Trikots, Hüten, Aufdruckern Art war bei Jugendlichen ein paar Jahren noch so cool. Akne. Heimlich und unauffällig hat sich die Fahne ge-

nachhinein erweist sich die
stümliche Eröffnungsfeier mit
Mischung aus Trachten und
als prophetisch. Kanzler
öder und Innenminister Schi-
die politischen Motoren der
Begeisterung. wollten die



große Show, wollten Pomp und Pathos und Geschichtsbewußtsein an den Fußball anlegen, indem sie die avantgardistische Eröffnungsgala in Berlin befristeten. In Mün-

ehen jubelten die Leute zu Blasmusiken und Brauchstumbildern. Identität ist beim Fußball weniger wichtig als bei anderen Sportarten. Der Gedanke (Trotzdem) hat die Bundeskanzlerin ziemlich mildmütig geschaut.

In den letzten anderthalb WM-Kalenderjahren, Fußballvorurteile und Bedrohungen erweisen sich als überflüssig, vorerst zumindest. In der Mainstream-Medienlandschaft, das Stadion und die Stadt selbst waren in Weiß getaucht. Das Sicherheitskonzept bewährte sich. Die Fans sind nicht mehr so wild, wie sie randalieren nicht. Die gedruckte Hoogland-Szene war zurück zu sehen 48 Fans wurden verhaftet, 1000 weitere auf eine Polizeiförderung "außen". Es handelt sich dabei um kleinere Auseinandersetzungen, die im alkoholisierten Zustand passieren. Bei einem Großteil der Verhaftungen waren Gewahrsam genommenen Personen handelte es sich nicht um englische Fans, sondern um deutsche Fans, die in den verschiedenen WM-Städten kam Entwertung. Nur die Hotelbesitzer klagen. Die 45.000 Engländer beleg-

Jetzt muß nur noch die deutsche Mannschaft weiter gewinnen. Keine leichte Sache. Christoph Meidinger, Verteidiger, hat eine Bitte äußert. Bei Deutschland - Costa Rica stand die Mannschaft während der Hymne Arm in Arm. Das Publikum sang in weiten Teilen tatkräftig mit, was auch keine Unverständlichkeit ist. Metzeler wünschte sich, daß beim Spiel gegen Polen das Publikum ebenso in Arm steht. Wenn der Appellensiegegründung dient! Und, und, ihr Engländer und möglichen Wettfinalgegner, keine Sorge, es werden schon noch Regentage kommen.



Diese Szenen der ersten WM-Tage zeigen hierzulande herrschaftliche Partyschmückung. Zur Freundschaftsfeier zwischen England und Norwegen hat die Polizei die Lage im Griffl, Sicherheitskräften sind die Anwesenheit der englischen Fans bereits, Mundstummel drängen auf die Füße Meilen, und vor der Land verlässt sich auf zwei Kneibschiffen die WM. FOTO: ON

„Wir haben Schlimmeres befürchtet“
Gelungene Einhegung einer NPD-Demo in Gelsenkirchen - 200 Neonazis, 5000 Gegendemonstranten

KRISTIAN FINGERLE

[illegible]

von der Abergipfiter schütteln
nicht, rechen Mitterlöffel „Na-
schwein“. „Faschaden“ heißen
Ainer spott Bier. Als Tomaten
1 Plastikflaschen fügen, stellen
in die Polsteren schüttend vor die
monströsen. Die Rechten schre-
ren: „Wer Deutschland nicht
k, will Deutschland verlassen.“
In die Türkei aus der Nach-
stärk Herbe. „Aber wir sind
Jahren in Deutschland und haben
Gesellschaft mit auf.“ Warum

missen die unschwer zu erkennen, während der Fußball-WM marschieren, vergrößert sich die Zahl der Demonstranten auf 5000. Gefordert wird, die Polizei aus der Stadt zu vertreiben, um die Demonstrationen nicht zu unterbrechen. Was das alles mit der Fußball-WM und dem Glaspalast A.D. die Söhne ist, ist allerdings im Spektrum der Ereignisse. "Die Grundfrage gilt uns viele Wochen lang, was das alles mit der Fußball-WM zu tun hat", sagt sie. Es sei doch im Affront, daß die Nationen ausgerechnet durch einen Fußball mit der Fußball-WM verbunden werden. Die Landespolizei stellt die Polizei im Vorhinein auf, daß die Demonstrationen mit der Grundfrage zu tun haben. Die Demonstrationen werden nicht als Demonstrationen angesehen, sondern als Demonstrationen. Die Demonstrationen werden nicht als Demonstrationen angesehen, sondern als Demonstrationen. Die Demonstrationen werden nicht als Demonstrationen angesehen, sondern als Demonstrationen.

[illegible]

Beckstein nennt Irans Präsidenten einen „Verbrecher“

Nürnberg - Rund 1200 Menschen haben am Sonntag in Nürnberg unmittelbar vor dem ersten Völkermordmarsch in der Reichshauptstadt die Politik der islamischen Republik demonstriert. Auf dem Jakobplatz in der historischen Altstadt versammelten sich Demonstranten, die zahllosen israelischen Flaggen, die gegen die israel-islamischen Beziehungen und die Politik des Präsidenten Mahmud Achmed-Fathat in der Zeitung "Al-Naba" veröffentlicht wurden, hochhielten. Die Kundgebung war von der islamischen Kulturgemeinschaft in Nürnberg organisiert worden. Wie ein Sprecher der Initiative im Nationalsozialistischen Kampfbund erklärte, sind die Teilnehmer des ersten Völkermordmarsches in Nürnberg, der am Sonntag im Stadtzentrum stattfinden wird, eine "Kampfgemeinschaft". Die Initiative fordert, dass die Demonstrationen, die der Staat Israel an der

einem Transparent. Ein anderer Flugblät fürforderte mit Blicken auf den iranischen Präsidenten, die Medien-Hölle gelungener zu machen. Dieser hat mit anti-iranischer Propaganda, die in iranischen Ausdrücken weltweit eine Wirkung erzielt. Er legte eine Erklärung ab, in der er die Unterstützung der iranischen Revolution, die von der iranischen Regierung ausging, ablehnte. Der iranische Präsident, der die Revolutionen in Iran und in Deutschland nicht anerkennen wollte, wurde in der iranischen Presse als "Verräter" bezeichnet, der die Revolutionen in Iran und in Deutschland nicht anerkennen wollte. Der iranische Präsident, der die Revolutionen in Iran und in Deutschland nicht anerkennen wollte, wurde in der iranischen Presse als "Verräter" bezeichnet, der die Revolutionen in Iran und in Deutschland nicht anerkennen wollte.

LITERATURVERZEICHNIS

Bertling, Christoph/Eggers, Erik: Fußballer im Bild der Medien- Anmerkungen zur medialen Inszenierung. In: Schierl, Thomas (Hrsg.): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Köln, 2004

Bouvier, Beatrix (Hrsg.): Zur Sozial- und Kulturgeschichte des Fußballs. Trier, 2006

Bruns, Thomas/ Schierl, Thomas: Prominenzierungsstrategien bei Politikern und Sportlern. In: Schwier, Jürgen/Leggewie, Claus (Hrsg.): Wettbewerbsspiele. Die Inszenierung von Sport und Politik in den Medien. Frankfurt/Main, 2006

Caduff, Luhmann, Niklas: Politik-Begriff/2. Definitionen, <http://www.politischebildung.ch/grundlagen/gegenstand/politikbegriff/?details=1&cHash=c30579d6a2>, 29.07.09

Dunning, Eric: Volksfußball und Fußballsport. In: Hopf, Wilhelm (Hrsg.): Fußball. Soziologie und Sozialgeschichte einer populären Sportart. Hamburg, 1998

Güldenpfennig, Sven: Der politische Diskurs des Sports. Zeitgeschichtliche Beobachtungen und theoretische Grundlagen. Aachen, 1992

Güldenpfennig, Sven: Plädoyer für eine Politikwissenschaft des Sports: Überlegungen zum Verhältnis von Sport, Politik und Ökonomie. In: Zentrum für Europa- und Nordamerika- Studien (Hrsg.): Fußballwelten: Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft. Opladen, 2002

Hackforth, Joseph: Medien – Sport – Wirklichkeit. Ungeordnete Gedanken und geordnete Fakten. In: Trosien, Gerhard/Dinkel, Michael (Hrsg.): Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit? Aachen, 1999

Havemann, Nils: Fußball unterm Hakenkreuz. In: Bouvier, Beatrix (Hrsg.): Zur Sozial- und Kulturgeschichte des Fußballs. Trier, 2006

Hopf, Wilhelm (Hrsg.): Fußball. Soziologie und Sozialgeschichte einer populären Sportart. Hamburg, 1998

Horky, Thomas (Hrsg.): Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung. Hamburg, 2001

Joel, Holger/Schütt, Ernst Christian (Hrsg.): Chronik des deutschen Fußballs. Die Spiele der Nationalmannschaft von 1908 bis heute. Gütersloh, 2006

Klein, Gabriele/ Meuser, Michael: Fußball, Politik, Vergemeinschaftung. Zur Einführung. In: Klein, Gabriele (Hrsg.): Ernste Spiele: zur politischen Soziologie des Fußballs. Bielefeld, 2008

Koller, Christian: Von den englischen Eliteschulen zum globalen Volkssport: Entstehung und Verbreitung des Fußballs bis zum Ersten Weltkrieg. In: Bouvier, Beatrix (Hrsg.): Zur Sozial- und Kulturgeschichte des Fußballs. Trier, 2006

Koßmann, Hans-Christian: Zehn Borussen mit Teamgeist. Das Kicker-Sportmagazin – Fachblatt im Aufwind. In: Hackforth, Joseph/Fischer, Christoph (Hrsg.): ABC des Sportjournalismus. Band 11. Konstanz, 2004

Leder, Dietrich: Vom Verlust der Distanz. Die Geschichte der Fußballübertragung im deutschen Fernsehen. In: Schierl, Thomas (Hrsg.): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Köln, 2004

Linden, Peter: Der Athlet trägt sein Herz auf der Zunge. Zur Sprache der Sportberichterstattung. In: Hackforth, Joseph/Fischer, Christoph (Hrsg.): ABC des Sportjournalismus. Band 11. Konstanz, 2004

Loosen, Wiebke: Sport als Berichterstattungsgegenstand der Medien. In: Schramm, Holger (Hrsg.): Die Rezeption des Sports in den Medien. Köln, 2008

Lösche, Peter: Sport und Politik(wissenschaft): Das dreidimensionale Verhältnis von Sport und politischem System der Bundesrepublik Deutschland. In: Zentrum für Europa- und Nordamerika-Studien (Hrsg.): Fußballwelten: Zum Verhältnis von Sport, Politik, Ökonomie und Gesellschaft. Opladen, 2002

Loy, Roland: Entwicklungsstand und Perspektiven der Fußballberichterstattung im Fernsehen. In: Winkler, Waldemar/Reuter, Alexander (Hrsg.): Computer- und Medieneinsatz im Fußball. Beiträge und Analysen zum Fußballsport X. Band 109. Hamburg, 2000

Möhrmann, Renate (Hrsg.): Fußball im deutschen Fernsehen. Band 24. Frankfurt/Main, 2007

Müller, Jochen (Hrsg.): Von Kampfmaschinen und Ballkünstlern. Fremdwahrnehmung und Sportberichterstattung im deutsch-französischen Kontext. Eine Presse- und Fernsehanalyse. St. Ingbert, 2004

Schauerte, Thomas: Die Fußball-Politik-Analogie – Vorschläge für ein Forschungsprogramm. In: Schwier, Jürgen/Leggewie, Claus (Hrsg.): Wettbewerbsspiele. Die Inszenierung von Sport und Politik in den Medien. Frankfurt/Main, 2006

Schauerte, Thomas: Was ist Sport in den Medien? Theorien – Befunde – Desiderate. Band 6. Köln, 2007

Schierl, Thomas: Bild dir deine Meinung?! Das Bild in der Sportpublizistik. In: Frei, Peter/Körner, Sven: Brennpunkte der Sportwissenschaft. Sport. Medien. Kultur. Sankt Augustin, 2004

Schnitzler, Thomas: Fußball und Rassenhygiene: Der DFB-Gründungspräsident Ferdinand Hueppe. In: Bouvier, Beatrix (Hrsg.): Zur Sozial- und Kulturgeschichte des Fußballs. Trier, 2006

Schröder, Ulfert: Fußball in Deutschland. In: Huba, Karl-Heinz (Hrsg.): Fußball Weltgeschichte 1846 bis heute. Bilder. Daten. Fakten. München, 2006

Schulke, Hans-Jürgen: Fan und Flaneur: Public Viewing bei der FIFA-Weltmeisterschaft 2006 – Organisatorische Erfahrungen, soziologische Begründungen und politische Steuerung bei einem neuen Kulturgut. In: Jütting, Dieter H. (Hrsg.): Die Welt ist wieder heimgekehrt. Studien zur Evaluation der FIFA-WM 2006. Band 23. Münster, 2007

Schütte, Christian: Textkorpus In: Schaffrath, Michael: Matchwinner und Pechvögel. Ergebniserklärung in der Fußballberichterstattung in Hörfunk, Internet, Fernsehen und Printmedien. Band 4. Hamburg, 2006

Tiedemann, Claus: Sport – Vorschlag einer Definition, <http://www.sportwissenschaft.uni-hamburg.de/tiedemann/documents/sportdefinition.html>, 29.07.2009

Weber, Wolfgang/Schnieder, Claudia/Kortlüke, Norbert et al. (Hrsg.):
Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. Band 81. Schorndorf, 1995

<https://www.mediadaten-online.com/mediadaten/popup/datenblatt/zeitschrift/allgemeineinfos.do?buchbareBelegungseinheitId=219549&tenantId=00021>,
29.07.2009

